ÉTAT DE SITUATION
PRODUCTION AUDIOVISUELLE

Québec

ÉTAT DE SITUATION SUR LE CINÉMA ET LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE AU QUÉBEC

Document réalisé à partir des travaux menés par :

Michel Houle, consultant
Industries culturelles et communications

et

Suzanne D'Amours, consultante
Fiscalité et financement de production audiovisuelle
Nicole M. Boisvert, consultante
Scénarisation et production
Consortium Format Géant
Contracom

Conception graphique de la couverture
Bleu Outremer

Dépôt légal : 2002
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
© Gouvernement du Québec, 2002
ISBN 2-550-39479-8

• • •

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES SIGLES.....xiv

1 L'HISTORIQUE DE LA LOI SUR LE CINÉMA 1

1.1 LE RAPPORT DE LA COMMISSION D'ÉTUDE SUR LE CINÉMA ET L'AUDIOVISUEL (RAPPORT FOURNIER) 1

1.2 LA LOI SUR LE CINÉMA 4

1.2.1 LES OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DU CINÉMA 4
1.2.2 LES CHAMPS D'ACTIVITÉ 4
1.2.3 LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE 5
1.2.3.1 Les fonctions et les pouvoirs de l'Institut québécois du cinéma 5
1.2.3.2 Les fonctions et les pouvoirs de la Société générale du cinéma du Québec 6
1.2.3.3 Les fonctions et les pouvoirs de la Régie du cinéma 6
1.2.4 LA RECONNAISSANCE DE LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE 7
1.2.5 LA RÉAPPROPRIATION DU MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION 7
1.2.6 L'ALIMENTATION DU FONDS DE SOUTIEN 8

1.3 L'ÉVOLUTION LÉGISLATIVE ET ORGANISATIONNELLE 9

1.3.1 L'ENTENTE VALENTI-BACON 9
1.3.2 DE L'INSTITUT QUÉBÉCOIS DU CINÉMA À LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES 11
1.3.3 LA RÉGIE DU CINÉMA 13
1.3.4 RADIO-QUÉBEC/TÉLÉ-QUÉBEC 14
1.3.5 LE CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC 15
1.3.6 CONCLUSION 16

1.4 L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES FISCALES ET DU FINANCEMENT PUBLIC 16

1.4.1 LES POLITIQUES FISCALES 16
1.4.1.1 Le programme de déduction pour amortissement 17
1.4.1.2 Le programme de crédit d'impôt remboursable 17
1.4.2 LE FINANCEMENT PUBLIC 18

1.5 L'ÉVOLUTION ENVIRONNEMENTALE ET TECHNOLOGIQUE 20

ANNEXE

Principales modifications et nouveautés relatives au crédit d'impôt remboursable à la production cinématographique et télévisuelle, au crédit d'impôt pour le doublage de films et au crédit d'impôt pour les services audiovisuels 24

2 LES INSTITUTIONS ET LES ORGANISMES 33

2.1 LES INSTITUTIONS QUÉBÉCOISES 33

2.1.1 LE MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS 33
2.1.2 LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES 34
2.1.3 LE CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC 35
2.1.4 TÉLÉ-QUÉBEC 37
2.1.5 LA RÉGIE DU CINÉMA 38
2.1.6 LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE 39
2.1.6.1 La conservation et le soutien documentaire 39
2.1.6.2 La diffusion 40
2.1.6.3 Les ressources 40

2.2 LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES 41

2.2.1 LE MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN 41
2.2.2 TÉLÉFILM CANADA 41
2.2.3 L'OFFICE NATIONAL DU FILM 42
2.2.4 LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA 44
2.2.5 LE CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES 45
2.2.6 LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA 47
2.2.7 LES ARCHIVES NATIONALES DU CANADA 48

2.3 LES FONDS MIXTES 49

2.3.1 LE FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION 49
2.3.1.1 L'alimentation du Fonds canadien de télévision 50
2.3.1.2 Les déboursés totaux du Fonds canadien de télévision et la part allouée au Québec 51
2.3.2 LE FONDS CANADIEN DU FILM ET DE LA VIDÉO INDÉPENDANTS 51

2.4 LES FONDS PRIVÉS 52

2.4.1 LES FONDS FOURNISSANT UNIQUEMENT UNE AIDE AU DÉVELOPPEMENT 53
2.4.2 LES FONDS FOURNISSANT UNE AIDE AU DÉVELOPPEMENT ET À LA PRODUCTION 53
2.4.3 LES FONDS FOURNISSANT UNE AIDE À LA PRODUCTION 54
2.4.4 LES FONDS QUI SE CONSACRENT AU FINANCEMENT INTÉRIMAIRE, AUX CRÉDITS D'ANTICIPATION ET AUX PRÊTS PROVISOIRES 57
2.4.5 LES FONDS NON ACCESSIBLES DIRECTEMENT AUX QUÉBÉCOIS 57

3 LA CRÉATION 59

3.1 LE SOUTIEN DIRECT AUX CRÉATEURS 59

3.1.1 LA RECONNAISSANCE DU STATUT D'ARTISTE 59
3.1.2 L'AIDE FISCALE AUX ARTISTES (DROITS D'AUTEUR) 59
3.1.3 L'AIDE FINANCIÈRE DIRECTE 60
3.1.3.1 La Société de développement des entreprises culturelles 60
3.1.3.2 Le Conseil des arts et des lettres du Québec 61
3.1.3.3 Le Conseil des arts du Canada 62
3.1.3.4 Téléfilm Canada 62
3.1.3.5 Les fonds privés 63

3.2 L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT 63

3.2.1 LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES 64
3.2.2 TÉLÉFILM CANADA 66
3.2.3 LA CONTRIBUTION DES DIFFUSEURS 67
3.2.4 LES FONDS PRIVÉS 67

4. LA PRODUCTION/LE FINANCEMENT 69

4.1 LE CINÉMA 69

4.1.1 LA PRODUCTION 69
4.1.1.1 Le volume de production (nombre de films) 69
4.1.1.2 Le volume de production (en dollars) 75
4.1.1.3 Le budget unitaire moyen 77

4.1.2 LE FINANCEMENT (3 dernières années) 83
4.1.2.1 Les revenus de marchés 86
4.1.2.2 Le financement privé 89
4.1.2.3 Le financement public 91
4.1.2.4 Le financement étranger 95

4.1.3 LA STRUCTURATION DE L'INDUSTRIE DE PRODUCTION 97

4.1.4 LES FORMES DE L'AIDE PUBLIQUE 99

4.2 LA TÉLÉVISION 101

4.2.1 LA PRODUCTION 101
4.2.1.1 Le volume de production selon la langue de tournage 102
4.2.1.2 Le volume de production selon les genres 103
4.2.1.3 La production entièrement québécoise ou la coproduction intracanadienne vs la coproduction internationale 109
4.2.1.4 L'évolution de la production régionale 110

4.2.2 LE FINANCEMENT (3 dernières années) 111
4.2.2.1 Les revenus de marchés 113
4.2.2.2 Le financement privé 116
4.2.2.3 Le financement public 120
4.2.2.4 Le financement étranger 123

4.2.3 LA STRUCTURATION DE L'INDUSTRIE 124

4.2.4 LES FORMES DE L'AIDE PUBLIQUE 128

4.3 LE SECTEUR INDÉPENDANT DE LA PRODUCTION 130

4.3.1 LE VOLUME DE PRODUCTION 131
4.3.1.1 Production soutenue par le CIR québécois 131
4.3.1.2 Production soutenue par le FCFVI 133

4.3.2 LES SOURCES DE FINANCEMENT ET LES PROGRAMMES 135
4.3.2.1 Le crédit d'impôt remboursable à la production cinématographique et télévisuelle québécois (CIR) 135
4.3.2.2 Le Conseil des arts et des lettres du Québec 136
4.3.2.3 La Société de développement des entreprises culturelles 137
4.3.2.4 Le Conseil des arts du Canada 138
4.3.2.5 Téléfilm Canada 138
4.3.2.6 Le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI) 139
4.3.2.7 Le programme d'Aide au cinéma indépendant canadien (ACIC) de l'Office national du film 139

4.3.3 LES FORMES DE L'AIDE PUBLIQUE 140

4.4 LE FORMAT GÉANT 142

4.4.1 INTRODUCTION 142

4.4.2 LA STRUCTURE DE L'INDUSTRIE 143
4.4.2.1 La production 143
4.4.2.2 La distribution 144
4.4.2.3 L'exploitation des salles 144
4.4.2.4 Les services techniques et les fournisseurs d'équipement ... 145

4.4.3 UNE INDUSTRIE EN PHASE DE TRANSITION 146

4.4.4 LE FINANCEMENT 148

4.4.5 L'IMPORTANCE DE L'INDUSTRIE AU CANADA 150

4.4.6 LE SOUTIEN À LA PRODUCTION AU CANADA ET À L'ÉTRANGER 152

4.4.7 CONCLUSION 155

4.5 LES AUTRES TYPES DE PRODUCTION (selon les données disponibles) 155

4.5.1 LA PRODUCTION INTERNE DES TÉLÉDIFFUSEURS 155

4.6 LES TOURNAGES ÉTRANGERS 156

4.6.1 LE VOLUME DE PRODUCTION (en dollars) 156
4.6.1.1 Cinéma/télévision 157
4.6.1.2 Comparaisons avec d'autres provinces 157
4.6.1.3 L'accueil des productions étrangères 158

4.7 L'EMPLOI 159

4.8 LE SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISES 160

4.8.1 LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES 160

4.8.2 LA FINANCIÈRE DES ENTREPRISES CULTURELLES (FIDEC) 161

4.8.3 LE FONDS D'INVESTISSEMENT DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (FICC) 162

4.8.4 LES AUTRES PROGRAMMES DE FINANCEMENT D'ENTREPRISE 162
4.8.4.1 Caisse de dépôt et de placement du Québec (Capital Communications) 162
4.8.4.2 Investissement Desjardins 163
4.8.4.3 Banque de développement du Canada (BDF) – Fonds de développement des industries culturelles (FDIC) 163

5. LA DISTRIBUTION, L'EXPLOITATION, LA DIFFUSION ET L'EXPORTATION 165

5.1 LA DISTRIBUTION 165

5.1.1 RAPPEL DE L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE ET DES ENJEUX 165

5.1.2 LE PORTRAIT ÉVOLUTIF SOMMAIRE DE L'INDUSTRIE DE LA DISTRIBUTION 167
5.1.2.1 Nombre d'entreprises et champs d'activités 167
5.1.2.2 Parts des revenus de distribution imparties aux titulaires de permis général et de permis spécial 169
5.1.2.3 Part de la recette au guichet impartie aux titulaires de permis général et de permis spécial 171

5.1.3 LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS / LE MARCHÉ CANADIEN 173

5.1.4 LES FACTEURS QUI ONT CONTRIBUÉ À LA CONSOLIDATION DES ENTREPRISES TITULAIRES DE PERMIS GÉNÉRAL 175

5.1.5 L'ACCÈS AUX CINÉMATOGRAPHIES ÉTRANGÈRES 178

5.2 L'EXPLOITATION 184

5.2.1 L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION 184
5.2.1.1 Par région 184
5.2.1.2 Selon le pays producteur 186
5.2.1.3 Par langue des projections 187

5.2.2 L'ÉVOLUTION DE LA RECETTE AU GUICHET 188
5.2.2.1 Par région 188
5.2.2.2 Selon le pays producteur 189
5.2.2.3 Par langue des projections 190

5.2.3 L'ÉVOLUTION DU PRIX D'ENTRÉE MOYEN 190

5.2.4 L'ÉVOLUTION DU PARC D'ÉTABLISSEMENTS ET D'ÉCRANS 191
5.2.4.1 Par région 193
5.2.4.2 Grands circuits / Indépendants 195

5.2.5 L'ÉVOLUTION DU PARC DE COMMERCES AU DÉTAIL DE VIDÉOCASSETTES 196
5.2.5.1 Par région 197

5.3 LA DIFFUSION 199

5.3.1 LE CINÉMA 199
5.3.1.1 Le cinéma québécois en salles 199
5.3.1.2 Les films québécois sur le marché de la vidéocassette 201
5.3.1.3 Les films québécois à la télévision 202
5.3.1.4 Les aides aux festivals et aux manifestations cinématographiques 206
5.3.1.4.1 La Société de développement des entreprises culturelles 206
5.3.1.4.2 Téléfilm Canada 207
5.3.1.4.3 Le Conseil des arts et des lettres du Québec 207

5.3.2 LA TÉLÉVISION 208
5.3.2.1 Le cadre réglementaire 208
5.3.2.2 Les dépenses de programmation canadienne 213
5.3.2.3 Les dépenses de production indépendante 214
5.3.2.4 Les dépenses de production indépendante par catégorie d'émissions 217
5.3.2.5 Les parts de l'écoute totale des francophones 218

5.3.3 LES AUTRES DIFFUSEURS 223
5.3.3.1 Les lieux de diffusion parallèle et les distributeurs 223
5.3.3.2 Les aides à la distribution/diffusion 226
5.3.3.2.1 La Société de développement des entreprises culturelles 226
5.3.3.2.2 Le Conseil des arts et des lettres du Québec 226
5.3.3.2.3 Le Conseil des arts du Canada 227

5.4 L'EXPORTATION 228

5.4.1 LA COPRODUCTION COMME MOYEN D'EXPORTATION 229

5.4.2 LES AIDES À LA MISE EN MARCHÉ INTERNATIONALE 232

5.4.3 L'AIDE À LA PARTICIPATION AUX FESTIVALS ET MARCHÉS 232

6. LA SENSIBILISATION, L'INFORMATION ET L'ÉDUCATION DES PUBLICS 235

6.1 LES STATISTIQUES SUR LES HABITUDES DE CONSOMMATION CULTURELLE DES QUÉBÉCOIS 235

6.1.1 LES DONNÉES ÉVOLUTIVES GÉNÉRALES (QUÉBEC VERSUS CANADA) 235
6.1.2 LES DONNÉES QUÉBÉCOISES 235
6.1.2.1 L'écoute de la télévision 235
6.1.2.2 Les fréquences d'écoute par catégorie ou type d'émissions 236
6.1.2.3 La fréquentation des salles de cinéma 240
6.1.2.4 Le visionnement de vidéocassettes de location 241
6.1.2.5 L'équipement culturel des ménages 242
6.1.2.6 L'utilisation d'Internet 242

6.2 LE CLASSEMENT DES FILMS 244

6.2.1 LE CLASSEMENT PAR UN ORGANISME PUBLIC, PAR L'INDUSTRIE OU PAR DES TIERS 245
6.2.1.1 L'autoréglementation de l'industrie 246
6.2.1.2 Le classement 18 ans et plus par défaut 246
6.2.1.3 La délégation de pouvoir à un gouvernement tiers 246
6.2.2 LE STATUT DES PERSONNES QUI EFFECTUENT LE CLASSEMENT 247
6.2.3 LA PERCEPTION DU CLASSEMENT EFFECTUÉ PAR LA RÉGIE DU CINÉMA 250

7. LA CONSERVATION DU PATRIMOINE 251

7.1 LES INSTITUTIONS DE CONSERVATION 251

7.1.1 LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE 251
7.1.2 LES ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC 254

7.2 LA CONSERVATION PAR LES ENTREPRISES 255

7.2.1 LA CONSERVATION PAR LES DIFFUSEURS 255
7.2.2 LA CONSERVATION PAR LES PRODUCTEURS INDÉPENDANTS 257

103-01582/

8. LE DOUBLAGE ET LES INDUSTRIES TECHNIQUES 259

8.1 LE PORTRAIT DE L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE..... 259

8.1.1 HISTORIQUE DE LA PROBLÉMATIQUE 259
8.1.1.1 L'article 83 de la Loi sur le cinéma 259

8.1.2 L'ÉVOLUTION DE L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE 265
8.1.2.1 Données sur les entreprises, les emplois et les revenus 265
8.1.2.2 Les productions doublées au Québec selon la langue, la catégorie et la provenance 266

8.1.3 LE DOUBLAGE DE LONGS MÉTRAGES AU QUÉBEC DEPUIS 1989 266

8.1.4 LES RECETTES AU GUICHET DES FILMS DOUBLÉS AU QUÉBEC (1996) 268

8.1.5 LE RÔLE DES DISTRIBUTEURS DANS L'ATTRIBUTION DES CONTRATS DE DOUBLAGE..... 268

8.1.6 LES FORMES DE SOUTIEN FINANCIER PUBLIC À L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE 269

8.1.7 LES GRANDES LIGNES DU RAPPORT « L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE : CONSOLIDATION ET NOUVEAUX MARCHÉS » 269
8.1.7.1 Les constats 270
8.1.7.2 Les recommandations du rapport..... 270

8.2 LE PORTRAIT SOMMAIRE DES INDUSTRIES TECHNIQUES 271

8.2.1 LES ENTREPRISES NÉCESSAIRES AUX TOURNAGES : LES LOCATEURS DE STUDIOS ET LES FOURNISSEURS D'ÉQUIPEMENTS 272
8.2.1.1 Les prestataires de studios 272
8.2.1.2 Les fournisseurs d'équipements de tournage..... 278

8.2.2 LES ENTREPRISES QUI INTERVIENNENT APRÈS LA PRODUCTION 280
8.2.2.1 Les entreprises de postproduction 280

8.2.3 LES AUTRES ENTREPRISES 282
8.2.3.1 Les fournisseurs d'équipements et de solutions informatiques 282
8.2.3.2 Les entreprises de création de logiciels d'effets spéciaux et d'animation 282

8.2.4 LA PROBLÉMATIQUE 283
8.2.4.1 La concentration des activités de production et de postproduction et leurs liens de propriété 283
8.2.4.2 La situation géographique, les emplois et le volume d'affaires des industries 283
8.2.4.3 Les développements technologiques 284

8.2.5 CONCLUSION 285

ANNEXES

Tableau synoptique des studios de prise de vues au Québec 286
Parc de régies mobiles 287
Tableau de 50 locateurs d'équipements 288
Liste des entreprises offrant des services de postproduction sonore 289
Liste des entreprises offrant des services de postproduction image 290

9. LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE 291

9.1 LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE 291

9.1.1 LES SOURCES DE RECETTES DES ENTREPRISES DE PROGRAMMATION DE RADIODIFFUSION (EPR) 291

9.1.2 LES DÉPENSES DE PROGRAMMATION CANADIENNE DES ENTREPRISES DE PROGRAMMATION DE RADIODIFFUSION (EPR) 294

9.1.3 LES SOURCES DE FINANCEMENT DE LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE QUÉBÉCOISE 295

9.1.4 LES DÉPENSES DE PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE QUÉBÉCOISE 299

9.2 LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE 299

9.2.1 LES SOURCES DE RECETTES DES DISTRIBUTEURS 300

9.2.2 LES DÉPENSES D'ACQUISITION DE LONGS MÉTRAGES QUÉBÉCOIS DES DISTRIBUTEURS 302

9.2.3 LES SOURCES DE FINANCEMENT DES LONGS MÉTRAGES QUÉBÉCOIS 302

9.2.4 LES DÉPENSES DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE QUÉBÉCOISE 304

LISTE DES SIGLES

A

ACIC	=	Aide au cinéma indépendant canadien (programme de l'Office national du film)
ACIQ	=	Aide au cinéma indépendant québécois (programme de l'Office national du film)
ACPQ	=	Association des cinémas parallèles du Québec
ANC	=	Archives nationale du Canada
ANQ	=	Archives nationale du Québec
AQITCT	=	Association québécoise des industries techniques du cinéma et de la télévision

B

BAPE	=	Bureau d'accueil aux producteurs étrangers
BCPAC	=	Bureau de certification des productions audiovisuelles canadiennes
BDC	=	Bureau de développement du Canada
BDF	=	Banque de développement du Canada
BSCQ	=	Bureau de surveillance du cinéma du Québec

C

CAC	=	Conseil des arts du Canada
CALQ	=	Conseil des arts et des lettres du Québec
CBC	=	Canadian Broadcasting Corporation
CDPQ	=	Caisse de dépôt et placement du Québec
CFTPA	=	Association canadienne des producteurs de films et de télévision
CIR	=	Crédit d'impôt remboursable
CMPDA	=	Canadian Motion Picture Distributors Association
CNC	=	Centre national de la cinématographie
CNCT	=	Conseil national du cinéma et de la production télévisuelle
CROP	=	Centre de recherche sur l'opinion publique

D

DGME	=	Direction générale des moyens d'enseignement
DPA	=	Déduction pour amortissement
DVD	=	Disque vidéonumérique

E

EDR	=	Entreprises de distribution de radiodiffusion
EPR	=	Entreprises de programmation de radiodiffusion

F

FADLM	=	Fonds d'aide à la distribution des longs métrages
FADST	=	Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage
FCFVI	=	Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants
FCT	=	Fonds canadien de télévision
FDIC	=	Fonds de développement des industries culturelles
FDPEC	=	Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes
FDS	=	Fonds du savoir
FFLM	=	Fonds de financement de longs métrages
FIAF	=	Fédération internationale des archives du film
FIAT	=	Fédération internationale des archives de télévision
FICC	=	Fonds d'investissement de la culture et des communications
FIDEC	=	Financière des entreprises culturelles
FSTQ	=	Fonds de solidarité des travailleurs du Québec

I

INIS	=	Institut national de l'image et du son
IQC	=	Institut québécois du cinéma

L

LCN	=	Le Canal Nouvelles

M

MPA	=	Motion Picture Export Association of America
MPC	=	Ministère du Patrimoine canadien
MRQ	=	Ministère du Revenu du Québec

O

ONF	=	Office national du film
ORTQ	=	Office de radiodiffusion du Québec

P

PDD	=	Programme de droits de diffusion
PPC	=	Programme de participation en capital

R

RDI	=	Réseau de l'information
RDS	=	Réseau des sports

S

SCPI	=	Shaw Children Programmation Initiative
SDICC	=	Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne
SDM	=	Système de distribution multipoints
SEE	=	Société d'expansion des exportations
SGC	=	Société générale du cinéma
SGCQ	=	Société générale du cinéma du Québec
SGF	=	Société générale de financement
SODEC	=	Société de développement des entreprises culturelles
SODICC	=	Société de développement
SOGIC	=	Société générale des industries culturelles
SRC	=	Société Radio-Canada
SRD	=	Satellite de radiodiffusion directe

T

TFC	=	Téléfilm Canada
TFO	=	Télévision francophone de l'Ontario
TIC	=	Technologies de l'information et de la communication
TMN	=	The Movie Network
TPA	=	Télévision par abonnements
TQS	=	Télévision Quatre Saisons

U

UDA	=	Union des artistes
USD	=	Vidéo sur demande

V

VOA	=	Version originale anglaise
VOsuites	=	Version originale en d'autres langues
VOF	=	Version originale française
VSD	=	Vidéo sur demande

1 L'HISTORIQUE DE LA LOI SUR LE CINÉMA

La présente section a pour objet de résumer le chemin parcouru depuis la création de la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel en janvier 1981 et l'adoption de la Loi sur le cinéma en juin 1983. Elle rappelle les principales recommandations du rapport de cette commission, communément appelé le « rapport Fournier », les objectifs inscrits dans la Loi sur le cinéma, l'évolution sur les plans législatif et organisationnel qui est survenue depuis, de même que l'évolution des politiques fiscales et des ressources financières publiques allouées au secteur. Enfin, elle trace un portrait succinct des modifications environnementales et technologiques majeures qui ont influé sur le milieu et l'industrie au cours des vingt dernières années.

1.1 LE RAPPORT DE LA COMMISSION D'ÉTUDE SUR LE CINÉMA ET L'AUDIOVISUEL (RAPPORT FOURNIER)

En janvier 1981, le gouvernement du Québec crée par décret la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel. Celle-ci a pour mandat de revoir l'ensemble de la politique québécoise en matière de cinéma et d'audiovisuel et de formuler des recommandations au gouvernement. La Commission soumet son rapport en juin 1982.

Les recommandations de la Commission s'articulent essentiellement autour des huit axes suivants.

1) **Création d'un fonds de soutien de 25 millions de dollars alimenté par l'État (ministère des Affaires culturelles) et par des taxes sur les billets de cinéma, la câblodistribution, les messages publicitaires et les vidéocassettes vierges.**

La Commission justifiait le recours à la taxation par une volonté d'établir une certaine corrélation entre l'évolution des ressources du Fonds de soutien et les recettes globales produites par la diffusion des produits cinématographiques et audiovisuels au Québec, de sorte aussi que le Fonds de soutien soit en large partie alimenté par des contributions de ceux qui en sont les principaux usagers ou bénéficiaires.

2) **Adoption de la nouvelle Loi sur le cinéma où seraient enchâssés les objectifs de la Politique du cinéma et de l'audiovisuel et définis la composition et les mandats des organismes chargés de mettre en œuvre cette politique et d'administrer le Fonds de soutien, soit :**

- l'Institut québécois du cinéma :

  C'est la société mère, formée de représentants du milieu cinématographique, de la télévision, des régions et du public. Elle est chargée de conseiller le ministre sur tous les aspects de la politique du cinéma, d'élaborer les orientations générales, de déterminer les enveloppes budgétaires et d'approuver les programmes de ses trois filiales, qui sont :

– la Société d'aide du cinéma :

Celle-ci est chargée d'administrer les programmes d'aide sélective aux projets : aide à la scénarisation, à la production, à l'expérimentation, à la recherche et aux publications, etc.;

– la Société de promotion du cinéma :

Cette société est chargée d'administrer les programmes de promotion du cinéma québécois au Québec et à l'étranger : aide à la diffusion, à la distribution, à l'exploitation, à l'exportation; aide aux festivals, aux marchés et aux autres manifestations ainsi que promotion de la culture cinématographique sur l'ensemble du territoire québécois;

– la Société de financement du cinéma :

Cette société est chargée d'administrer les programmes d'aide automatique (aux producteurs, aux réalisateurs et aux scénaristes), d'aide aux entreprises (de production, de distribution et d'exploitation) et de crédits à la production indépendante découlant du Fonds de soutien.

À l'appui de sa proposition, la Commission soulignait sa conviction – basée notamment sur l'analyse des formes d'aide provenant de l'État dans d'autres pays – selon laquelle, pour réussir et atteindre ses objectifs, l'aide de l'État devait trouver un équilibre entre art et industrie, entre aide à l'entreprise et aide aux projets, entre aide automatique et aide sélective, entre aide en vue de la stimulation de l'offre et aide concernant la stimulation de la demande, entre prime à la qualité et prime au succès.

3) Bonification de 100 à 150 % de la déduction pour amortissement dans le cas des films québécois.

En mentionnant notamment les difficultés particulières de produire des films de langue française, la Commission suggérait pour la première fois qu'un taux distinct et plus avantageux soit accordé par le ministre des Finances du Québec aux films certifiés québécois (par rapport aux films certifiés canadiens produits au Québec).

4) Adoption, par l'entremise de la Loi sur le cinéma, de mesures de réappropriation du marché de la distribution.

La Commission considérait que la réappropriation du contrôle du marché national devait être un des objectifs prioritaires du gouvernement du Québec, puisque, sans contrôle sur la distribution, il serait extrêmement difficile de faire en sorte que les films québécois soient vus sur les écrans du Québec, voire qu'ils soient produits en nombre suffisant, sans apport de financement en provenance des distributeurs comme d'expertise en provenance du marché.

Rappelons que les travaux de la Commission se situent dans le contexte où, au début des années 80, les grands studios américains (majors)[1] se constituent des Classic Division chargées d'acquérir et de distribuer sur le marché nord-américain les meilleurs films du cinéma international; cette situation menace concrètement la survie des distributeurs québécois qui risquent de perdre leur approvisionnement en films européens et d'ailleurs dans le monde (du moins les plus lucratifs).
La Commission propose donc une mesure énergique en recommandant que seules les entreprises qui sont propriété canadienne à 80 % soient autorisées à distribuer des films au Québec, sur le modèle de ce qui est alors exigé des entreprises de radiodiffusion au Canada.

5) Adoption, par l'entremise de la Loi sur le cinéma, de mesures pour accélérer la distribution et l'exploitation de la version française de films de langue originale autre que le français.

La Commission voyait comme une autre forme de désappropriation le fait que la majorité francophone du Québec se trouvait contrainte d'attendre souvent plusieurs semaines, sinon plusieurs mois pour accéder aux grands succès cinématographiques internationaux dans sa langue, et ce, bien que des copies doublées ou sous-titrées en français soient disponibles.

6) Création, par l'entremise de la Loi sur le cinéma, de la Régie du cinéma et de la vidéo et remplacement du Bureau de surveillance du cinéma du Québec par l'Office de surveillance du cinéma, accompagné du Conseil de surveillance du cinéma.

La Régie du cinéma et de la vidéo aurait notamment pour fonction d'instaurer et d'administrer une billetterie et un registre public, de délivrer, de suspendre et de renouveler les permis de tournage, de distribution et d'exploitation cinématographique, de définir des normes techniques et de veiller à leur application, de régir les relations entre distributeurs et exploitants indépendants, d'immatriculer le matériel vidéo et d'agir comme instance d'appel des décisions de l'Office de surveillance du cinéma.

Ce dernier aurait pour fonction d'accorder ou non l'autorisation de projeter un film en public (visa) et, le cas échéant, de procéder à son classement, alors que le Conseil de surveillance du cinéma serait un comité consultatif chargé de conseiller l'Office et d'assurer que ses décisions reflètent le consensus social.

7) Développement de la production télévisuelle indépendante.

La Commission recommandait aux gouvernements canadien et québécois ainsi qu'au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) d'inciter les télédiffuseurs, publics et privés, à recourir davantage à la production indépendante.

La Commission proposait qu'au moins 25 % des budgets de programmation canadienne de tous les diffuseurs privés et publics (dont Radio-Québec) soient consacrés au financement et à l'acquisition d'émissions produites par le secteur indépendant (c'est-à-dire par des entreprises non liées à un titulaire de licence de radiodiffusion).

---

[1] Grands studios américains regroupés au sein de la Motion Picture Export Association of America (MPA).

8) Autres recommandations.

La Commission recommandait que la Société de développement des industries de la culture et des communications (SODICC) maintienne son pouvoir d'intervention en ce qui a trait à la propriété des entreprises de cinéma et d'audiovisuel (participation au capital-actions) et au financement des équipements (*hardware*).

La Commission proposait une réforme de la politique gouvernementale québécoise en matière de commandite, elle suggérait la création de l'École supérieure du cinéma et de la vidéo et elle proposait la mise en œuvre d'une politique d'éducation cinématographique dans tout le système scolaire ainsi que d'une politique de régionalisation.

1.2 LA LOI SUR LE CINÉMA

Après réception et analyse du rapport de la Commission, le ministre des Affaires culturelles dépose en décembre 1982 le Projet de loi sur le cinéma qui définit, à l'article 4, les objectifs de la Politique du cinéma dans des termes voisins de ceux qui ont été proposés par la Commission.

1.2.1 LES OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DU CINÉMA

Les objectifs de la Politique du cinéma sont définis à l'article 4 de la Loi :

> 1° l'implantation et le développement de l'infrastructure artistique, industrielle et commerciale du cinéma;
> 2° le développement du cinéma québécois et la diffusion des œuvres et de la culture cinématographiques dans toutes les régions du Québec;
> 3° l'implantation et le développement d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes dans le domaine du cinéma;
> 4° la conservation et la mise en valeur du patrimoine cinématographique;
> 5° le respect des droits relatifs à la propriété intellectuelle sur les films et l'établissement de mécanismes de surveillance de la production, de l'exploitation et de la circulation des œuvres;
> 6° la participation des entreprises de télévision à la production et à la diffusion de films québécois.

1.2.2 LES CHAMPS D'ACTIVITÉ

L'article 2 de la Loi définit un film comme « une œuvre produite à l'aide d'un moyen technique et ayant comme résultat un effet cinématographique, quel que soit le support ».

Sur le plan juridique, la Politique du cinéma est donc bel et bien assimilable à une politique du cinéma et de l'audiovisuel. Et de fait, en ce qui a trait au soutien financier, par exemple, elle sera interprétée comme ayant pour objet la production audiovisuelle indépendante de tous types : courts, moyens et longs métrages de fiction, documentaires tous formats, émissions de télévision (dramatiques, variétés, enfants, magazines).

1.2.3 LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Le gouvernement décide alors de confier à une seule société, la Société générale du cinéma (SGC), dont le nom sera changé en Société générale du cinéma du Québec (SGCQ) en 1986, les pouvoirs et les missions que la Commission avait recommandé de confier aux trois filiales de l'Institut québécois du cinéma (IQC).

De même, le gouvernement regroupe les missions et les pouvoirs de la Régie du cinéma et de la vidéo et de l'Office de surveillance du cinéma au sein d'un seul organisme, soit la Régie du cinéma. L'idée de créer le Conseil de surveillance du cinéma, pour sa part, est abandonnée; la Régie se voit plutôt donner comme mission de tenir régulièrement des audiences publiques sur les matières de sa compétence.

Cela ramène ainsi de sept à trois le nombre d'organismes mandatés pour mettre en œuvre la Politique du cinéma dont la composition, les missions et les pouvoirs sont définis dans la Loi sur le cinéma.

1.2.3.1 Les fonctions et les pouvoirs de l'Institut québécois du cinéma

La Loi sur le cinéma confie à l'Institut québécois du cinéma (IQC), formé de douze membres (huit représentent autant de secteurs de l'industrie (réalisateurs, producteurs, techniciens, distributeurs, exploitants, interprètes, scénaristes, industries techniques) et quatre sont nommés par le ministre), les fonctions et les pouvoirs suivants :

- Conseiller le ministre dans l'élaboration et la mise en œuvre de la Politique du cinéma et en surveiller l'application;
- Déterminer les orientations de la Société générale du cinéma en respectant les fonctions confiées à celles-ci;
- Déterminer le plan d'aide et approuver les programmes de la SGC;
- Effectuer des recherches et des études dans le domaine du cinéma;
- Collaborer avec le gouvernement, la Régie du cinéma et toute personne à l'établissement de normes techniques concernant l'industrie du cinéma;
- Établir des normes pour reconnaître des œuvres comme films québécois.

1.2.3.2 Les fonctions et les pouvoirs de la Société générale du cinéma du Québec

La Loi sur le cinéma confiait à la SGC les fonctions et les pouvoirs suivants, en vertu des orientations déterminées par l'IQC :

- Reconnaître les œuvres qu'elle indique comme film québécois suivant les normes établies par l'IQC;
- Promouvoir ou aider financièrement la création cinématographique et la production de films reconnus comme québécois;
- Promouvoir ou aider financièrement la distribution et l'exploitation de films au Québec ainsi que le développement des industries techniques;
- Promouvoir ou aider financièrement le cinéma québécois en favorisant sa représentation dans les festivals et autres manifestations cinématographiques et promouvoir la culture cinématographique au Québec;
- Encourager la participation des entreprises de télévision à la production et à la diffusion de films québécois;
- Encourager ou aider financièrement la formation, la recherche, le développement et l'innovation dans le domaine du cinéma.

1.2.3.3 Les fonctions et les pouvoirs de la Régie du cinéma

La Loi sur le cinéma confère à la Régie du cinéma des fonctions et des pouvoirs variés et nombreux.

D'une part, la Régie récupère les fonctions et les pouvoirs du Bureau de surveillance du cinéma du Québec (BSCQ) en matière de surveillance du cinéma (délivrance de visa et classement). Ceux-ci sont étendus et modifiés pour lui permettre notamment (article 83) d'accélérer la présentation de la version française de films de langue originale autre que le français et de favoriser le doublage de ces films au Québec.

D'autre part, si une billetterie et un registre public ne sont pas institués comme tels, la Régie, à travers les pouvoirs de délivrance de permis de tournage, de permis d'exploitation et de permis de distributeur qui lui sont conférés, peut exiger des titulaires des rapports financiers, le dépôt d'ententes et des renseignements sur leurs activités qui lui permettent de jouer un rôle non négligeable en matière de respect des droits relatifs à la propriété intellectuelle comme de collecte et de publication de données statistiques sur l'industrie.

Enfin, la Régie dispose de vastes pouvoirs réglementaires lui permettant notamment de surveiller et de contrôler la vente, le prêt ou l'échange de matériel vidéo, d'intervenir dans les relations commerciales entre distributeurs et exploitants, dans l'établissement de normes techniques relatives à la présentation des films en public ou encore de normes pour l'aménagement ou le

réaménagement de ciné-parcs, dans l'imposition d'une limite au nombre de permis d'exploitation qui peuvent être délivrés à une même personne ou à des personnes liées dans une région donnée. C'est également la Régie qui doit définir par règlement le terme « producteur » et l'expression « détenteur de droits mondiaux » aux fins de la délivrance du permis spécial de distributeur. Enfin, elle détermine le pourcentage de réinvestissement obligatoire des titulaires de permis de distributeur dans la production de films québécois ainsi que les délais et conditions qui s'y rattachent.

1.2.4 LA RECONNAISSANCE DE LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE

La Loi confère au ministre le pouvoir de reconnaître une cinémathèque et de lui confier des fonctions en matière de conservation du patrimoine cinématographique et de diffusion de la culture cinématographique. Elle reconnaît d'emblée à cette fin, à l'article 8, la Cinémathèque québécoise.

La Loi accorde à la Cinémathèque le pouvoir, à condition d'en payer les frais, d'exiger du propriétaire d'un film produit au Québec et présenté en public qu'il en dépose un exemplaire (copie de conservation) à la Cinémathèque québécoise.

1.2.5 LA RÉAPPROPRIATION DU MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

La recommandation de la Commission ayant pour objet la réappropriation du marché de la distribution était reprise intégralement dans la première version du projet de loi, qui prévoyait, à l'article 97, que seules les entreprises qui sont propriété canadienne à 80 % pourront exercer des activités commerciales de distribution sur le territoire québécois.

Lors de la commission parlementaire publique et du débat en deuxième lecture du projet de loi, des critiques de deux ordres sont formulées à l'encontre de cette disposition.

La disposition est jugée trop radicale

En pratique, son application conduirait à expulser purement et simplement les grands studios américains et à transférer toute activité commerciale de distribution au Québec aux mains d'entreprises sous contrôle canadien. La Canadian Motion Picture Distributors Association (CMPDA), qui regroupe les filiales des grands studios américains, s'oppose avec véhémence, invoquant les droits acquis de ses membres dont certains sont en activité au Québec depuis plus de 60 ans.

Nombreux sont ceux qui considèrent comme plus réaliste de chercher à établir un nouvel équilibre, une répartition du marché entre entreprises étrangères et entreprises québécoises qui conférerait à ces dernières un espace de croissance et de développement, leur permettant d'atteindre une taille et un pouvoir de marché plus intéressants et d'ainsi contribuer davantage au financement, à la distribution et à la promotion des films québécois.

La disposition est jugée inappropriée au regard de la spécificité culturelle et linguistique du Québec

Plusieurs, dont l'opposition officielle, soulignent que, s'il est anormal que l'essentiel des décisions de distribution qui influent sur la vie culturelle des Québécois soient prises hors de son territoire, à Los Angeles ou à New York, alors le fait de transférer ce lieu de décision à Toronto ou à Vancouver (par une exigence de propriété *canadienne*) ne change pas substantiellement les données du problème.

Nombreux sont ceux qui estiment donc que, pour être cohérente avec les objectifs fixés, la Loi devrait prévoir qu'une large part des décisions de distribution soient prises au Québec par des entreprises québécoises qui seront en mesure de réinvestir dans la production québécoise.

Pour tenir compte de ces critiques, à la suite d'une réévaluation des aspects constitutionnels du projet de loi, ce dernier est modifié.

Ainsi, l'article 97 est remplacé par l'article 104, qui établit ceci : « seule une entreprise dont le principal établissement est situé au Québec pourra être titulaire d'un permis général de distribution, le principal établissement étant défini comme l'endroit où se situe le centre de décision et où s'exerce la direction véritable de l'entreprise ».

La Loi reconnaît par ailleurs, à l'article 105, des droits acquis aux entreprises non québécoises qui, le 17 décembre 1982 (soit la date du dépôt du projet de loi 109 en première lecture), étaient titulaires d'une licence de distribution en vertu de l'article 30 de la *Loi sur les licences*. Ces entreprises pourront obtenir un permis spécial de distribution pour chacun des films dont elles sont le producteur ou le titulaire des droits mondiaux, les définitions du terme « producteur » et de l'expression « détenteur de droits mondiaux » devant être établies par règlement de la Régie du cinéma.

1.2.6 L'ALIMENTATION DU FONDS DE SOUTIEN

Pour différentes raisons, le gouvernement ne retient pas les propositions concrètes de la Commission en vue de la création de taxes à la consommation servant à alimenter le Fonds de soutien.

Le gouvernement décide plutôt d'alimenter lui-même le Fonds de soutien, en faisant croître la contribution annuelle qu'il destine au secteur privé du cinéma de 4 millions de dollars avant l'adoption de la Loi à 10 millions de dollars par la suite.

Cependant, le principe de la contribution obligatoire de l'industrie au financement de la production québécoise n'est pas complètement écarté puisqu'un article (109) est ajouté à la version finale de la Loi, qui prévoit que tous les titulaires de permis de distributeur (général ou spécial), devront, « dans les délais et aux conditions déterminées par règlement de la Régie, investir dans la production de films québécois, au sens des normes édictées par l'Institut en vertu de l'article 39[2], un pourcentage du total des revenus bruts de distribution qu'il réalise annuellement au Québec ». La Loi prévoit que ce montant ne pourra excéder 10 %.

---

[2] Normes de reconnaissance d'un film comme film québécois.

La Loi sur le cinéma, telle qu'elle a finalement été adoptée et sanctionnée en juin 1983, constitue donc une véritable loi-cadre, qui intègre dans un même texte législatif l'énoncé général de politique et les objectifs fixés (section I du chapitre II de la Loi), les formes et les modalités de l'aide financière accordée par le gouvernement au secteur (section III du chapitre II), la composition, les fonctions et les pouvoirs des organismes chargés de mettre en œuvre cette politique et de favoriser l'atteinte de l'ensemble des objectifs (sections IV et V du chapitre II; section IV du chapitre III); et ce, sur le plan des fonctions-conseils, des orientations générales, de l'approbation des programmes et de la recherche (IQC), de l'aide financière à la création, à la production, à la distribution, à l'exploitation et à la promotion (SGC), de la réappropriation du marché, du respect des droits de propriété intellectuelle, de la surveillance de la production, de l'exploitation et de la circulation des œuvres, de la supervision des relations commerciales entre distributeurs et exploitants, du développement du parc de salles (Régie du cinéma) ainsi que de la conservation et de la mise en valeur du patrimoine cinématographique (Cinémathèque québécoise).

1.3 L'ÉVOLUTION LÉGISLATIVE ET ORGANISATIONNELLE

Dans la présente section, nous décrivons sommairement comment ont évolué ou se sont modifiées les différentes structures organisationnelles qui concourent à l'atteinte des objectifs de la Politique du cinéma, énoncés à l'article 4 de la Loi sur le cinéma. Cela comprend aussi bien les structures organisationnelles issues de cette loi, celles qui préexistaient mais qui ont modifié leur politiques et leurs pratiques que celles qui ont été créées ultérieurement par d'autres textes législatifs.

1.3.1 L'ENTENTE VALENTI-BACON

En décembre 1983, la Régie du cinéma est instituée et se voit confier le mandat de rédiger les règlements nécessaires à l'application des articles 105 (définition de « producteur » et de « détenteur des droits mondiaux » aux fins de l'admissibilité au permis spécial), 109 (pourcentage des revenus bruts devant être investi dans la production de films québécois), 114 (partage de la recette entre exploitants et distributeurs) et 115 (accès équitable des exploitants indépendants aux films).

Pour différentes raisons, le processus d'élaboration des règlements tarde à trouver son aboutissement. Parallèlement, les grands studios américains multiplient les pressions de même que les offres de négociation. Dans ce contexte, le ministre des Affaires culturelles forme, en avril 1984, un comité spécial, présidé par Guy Fournier, chargé d'entreprendre des discussions avec les *grands studios américains* dans le but d'en arriver éventuellement à une entente négociée.

La première entente de principe intervient effectivement entre les parties sur une définition de « producteur » et de « détenteur de droits mondiaux » aux fins de l'article 105, qui limite la capacité de distribution des grands studios américains au Québec aux films de langue originale anglaise dans lesquels ils ont investi au moins 1 million de dollars en production ou pour l'acquisition des droits en Amérique du Nord, ou les deux à la fois.

L'admissibilité au permis spécial demeure par ailleurs limitée aux entreprises qui, le 17 décembre 1982, étaient titulaires d'une licence de distribution en vertu de l'article 30 de la Loi sur les licences. Un privilège est accordé à Paramount qui pourra continuer de distribuer les films de Disney, comme il le faisait au moment du dépôt du projet de loi. Toutefois, si Disney met un terme à son entente avec Paramount, elle ne sera pas admissible au permis spécial puisqu'elle n'était pas titulaire d'une licence de distribution le 17 décembre 1982.

En contrepartie, l'entente prévoit que le gouvernement du Québec respectera un moratoire de trois ans avant de promulguer les articles 109 (pourcentage des revenus bruts devant être investi dans la production de films québécois) et 115 (accès équitable des exploitants indépendants aux films). L'article 114 (partage de la recette entre exploitants et distributeurs) est par ailleurs vidé de sa substance et rendu caduc.

Cette entente est toutefois rejetée par les distributeurs québécois, qui espèrent toujours une pleine et entière application de la Loi.

La Régie se remet donc à la tâche et élabore un projet de règlement qui est publié à la *Gazette officielle* en mai 1985 et qui fait ensuite l'objet d'une audience publique au terme de laquelle un projet modifié est adopté.

Ce projet modifié est plus restrictif que dans sa première version – et évidemment que ce qui avait été convenu dans l'entente négociée – en ce qui a trait aux films qui pourront être distribués par une entreprise de distribution non québécoise, puisque seuls les films dont le distributeur était titulaire du droit d'auteur sur le scénario au premier jour de tournage ou avait les droits de distribution dans le monde entier seront admissibles. La Régie propose aussi une échelle variable qui établit les pourcentages minimaux de la recette au guichet qui devront être attribués respectivement au distributeur et à l'exploitant en fonction du ratio recettes brutes/dépenses maison.

Ces règlements sont soumis au gouvernement qui, à la veille d'une élection générale, choisit de surseoir à leur application. Le nouveau gouvernement élu en décembre 1985 choisit, après analyse du dossier, de ne pas adopter les règlements tels qu'ils sont proposés et mandate M[e] Francis Fox pour qu'il arrive à une entente négociée avec les grands studios américains sur les aspects les plus controversés de la Loi.

Une entente est signée le 22 octobre 1986 entre la ministre des Affaires culturelles, M[me] Lise Bacon, et le président de la Motion Picture Association (MPA), M. Jack Valenti, entente qui est communément désignée comme l'« entente Valenti-Bacon ».

L'entente limite la capacité de distribution d'un titulaire de permis spécial essentiellement aux films de *langue originale anglaise* dont il est le producteur (c'est-à-dire qu'il a investi 50 % ou plus du coût de production ou 4,5 millions de dollars dans la production, la distribution, la duplication, la promotion et la publicité du film à l'échelle planétaire) ou le titulaire des droits mondiaux : soit au Canada, aux États-Unis, dans les pays de l'Union européenne, au Japon, en Australie, en Nouvelle-Zélande, à l'exception du pays d'origine. En principe, les membres de la MPA ne peuvent distribuer au Québec de films en langue originale autre que l'anglais, sauf si le membre a investi 100 % du coût de production, ou s'il a obtenu une autorisation spéciale du ministre.

Toutes les entreprises qui seront membres en règle de la MPEEA au 1er janvier 1987 – y compris celles qui n'ont jamais distribué elles-mêmes de films au Québec – seront admissibles. L'entente prévoit également que tout membre peut distribuer au Québec les films d'un autre membre, et que le terme « membre » désigne « le signataire original, ses ayants droit, ses filiales, les entités sous son contrôle direct ou indirect, les entités appartenant au même groupe de contrôle que celui-ci, et toute autre entité qui continue les opérations du membre original ».

En contrepartie, le ministre s'engage à suspendre l'application des articles 109 (réinvestissement obligatoire), 114 (répartition de la recette au guichet) et 115 (accès aux films des exploitants indépendants) et à modifier l'article 105 pour refléter les dispositions de l'entente. Le projet de loi 157, Loi modifiant la Loi sur le cinéma, est donc déposé et adopté en ce sens en 1986.

Depuis, l'entente initiale d'une durée de cinq ans a été prolongée jusqu'au 31 janvier 1992, puis reconduite pour la période du 1er février 1992 au 31 décembre 1999, avec de simples adaptations mineures (le montant d'investissement nécessaire pour se qualifier comme producteur a été porté de 4,5 millions de dollars à 6,5 millions en 1992 et à 8 millions en 1996. Elle a été renouvelée ensuite, pour une brève période, soit du 1er janvier 2000 au 31 janvier 2002, et à cette occasion le montant d'investissement nécessaire pour se qualifier comme producteur a été porté à 10 millions.

Les articles 109, 114 et 115 de la Loi n'ont jamais été promulgués.

1.3.2 DE L'INSTITUT QUÉBÉCOIS DU CINÉMA À LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES

En 1987, le projet de loi 59, Loi modifiant la Loi sur le cinéma et la Loi sur la Société de développement des industries de la culture et des communications, est déposé et adopté. Il modifie la Loi sous trois aspects principaux :

1) il procède à l'intégration de la SGCQ et de la SODICC en la **Société générale des industries culturelles (SOGIC)**. La section V du chapitre II (constitution, organisation, fonctions et pouvoirs de la SGCQ) de la Loi est abrogée et la section III (aide financière) est modifiée en conséquence;

2) il conserve à l'IQC son statut d'organisme autonome, modifie légèrement sa composition (de douze à onze membres) et lui confère un rôle essentiellement consultatif et de recherche (il n'a plus pour mission de veiller à la mise en œuvre de la Politique du cinéma, de préciser le plan d'aide, de préciser les orientations et d'approuver les programmes de la SOGIC);

3) il transfère au gouvernement nombre de pouvoirs réglementaires conférés à la Régie du cinéma dans le projet de loi initial, de même que la responsabilité d'établir des normes pour reconnaître des œuvres comme film québécois jusque-là confiée à l'IQC.

Ces nouvelles dispositions doivent notamment permettre de développer une approche plus globale et intégrée de soutien aux industries culturelles québécoises, tout en réduisant le nombre de sociétés d'État.

En 1991, le projet de loi 117, Loi modifiant la Loi sur le cinéma, vient confirmer ces nouvelles orientations.

Le plan d'aide n'est plus déterminé par l'Institut comme en 1983 ni établi par la SOGIC comme en 1987, mais bien par le ministre. Ce plan devient par ailleurs triennal. La composition de l'IQC est à nouveau modifiée (de onze à treize membres) pour ajouter une nouvelle association représentative, les commerçants au détail de matériel vidéo, et un membre additionnel n'appartenant pas à une association reconnue. Son caractère strictement consultatif est confirmé.

Par ailleurs, le projet de loi 117 abroge définitivement l'article 109 (réinvestissement), la section sur les permis de tournage (sous-section 3 de la section II du chapitre III) et celle sur les ententes entre exploitants et distributeurs (section III du chapitre III); il étend en revanche au matériel vidéo l'obligation d'obtenir un visa et modifie les catégories de classement et certaines dispositions de l'article 83. Enfin, il confère au ministre le pouvoir de conclure une entente avec une association de distributeurs visée dans l'article 105.1, en vue d'assurer aux distributeurs de films du Québec un meilleur accès au matériel vidéo en provenance de toutes les parties du monde et de conclure des ententes de réciprocité avec des gouvernements d'une province où la distribution de films est assujettie à des règles similaires à celles qui sont en vigueur au Québec.

Par la suite, en 1993, à la faveur d'audiences publiques et d'une analyse globale de la situation qui se traduira notamment dans deux documents : *Virage 93* et *Pour un centre national du cinéma et de la télévision*, l'Institut québécois du cinéma, autour duquel le milieu se rassemble, propose l'adoption d'une politique globale et intégrée du cinéma et de la télévision, un accent plus grand sur les programmes d'aide automatique et d'aide à l'entreprise, une révision de la Loi sur le cinéma et la création du Centre national du cinéma et de la télévision qui redonnerait plus de pouvoirs au milieu dans l'élaboration des orientations et des programmes et réintégrerait en un seul et même organisme les fonctions exercées par l'IQC et la SOGIC (volet du cinéma et de la télévision).

En 1994, le gouvernement, après analyse du dossier, procède à un réaménagement majeur en déposant et en adoptant le projet de loi 14, Loi sur la Société de développement des entreprises culturelles, qui :

1) crée la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). Celle-ci prend le relais à la fois de la SOGIC et de l'IQC. La SODEC récupère en effet tous les pouvoirs d'intervention financière de la SOGIC et elle intègre en son sein le Conseil national du cinéma et de la production télévisuelle (CNCT) qui joue, de l'intérieur, un rôle-conseil et de concertation avec l'industrie;

2) abroge en conséquence les sections III (aide financière) et IV (IQC) du chapitre II de la Loi sur le cinéma.

Depuis sa création, la SODEC a contribué à la création d'outils d'intervention financière dont les objectifs sont d'accroître la disponibilité de capital de risque et de favoriser la consolidation des entreprises du secteur culturel, soit :

1) le Fonds d'investissement de la culture et des communications (FICC), doté d'un capital initial de 15 millions de dollars et alimenté notamment par le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec (FSTQ) et par la SODEC;

2) la Financière des entreprises culturelles (FIDEC), dotée d'un capital initial de 45,5 millions de dollars, qui a pour partenaires-investisseurs la SODEC (20 millions), le FSTQ et la Banque nationale, le Groupe TVA, CINAR, Remstar, France Film, Daniel Langlois, Donald K. Donald et Archambault.

Par ailleurs, d'autres institutions financières relevant du gouvernement du Québec, comme la Caisse de dépôt et placement du Québec (CDPQ) et la Société générale de financement (SGF), participent au capital d'entreprises du secteur du cinéma, de la télévision et des industries techniques.

1.3.3 LA RÉGIE DU CINÉMA

Dans le projet de loi de 1983, la Régie remplissait trois grands types de fonctions :

1) des fonctions de surveillance du cinéma héritées généralement du BSCQ (classement des films, délivrance de visas, délivrance de permis d'exploitation, énoncé de normes techniques, etc.);

2) des fonctions d'encadrement des activités commerciales des entreprises (développement du parc de salles, partage de la recette entre exploitant et distributeur, accès des exploitants indépendants aux films, réinvestissement des distributeurs dans la production québécoise, etc.) qui s'appuyaient sur de nombreux pouvoirs réglementaires;

3) des fonctions d'observatoire, c'est-à-dire d'organisme qui recueille de l'information auprès des entreprises (permis de tournage, rapports des exploitants sur les films présentés en public, rapports financiers des distributeurs), puis collige et publie des données sur l'industrie.

À la suite de la signature de l'entente Valenti-Bacon et de l'adoption des projets de loi de 1987 et de 1991, le second type de fonctions est largement disparu, bien que la Régie demeure responsable de l'application de l'entente entre le gouvernement du Québec et la Motion Picture Association (MPA). Comme on l'a vu plus haut, les articles 109 (réinvestissement), 111-113 (permis de tournage), 114-116 (ententes entre exploitants et distributeurs) ont tous été abrogés. Par ailleurs, la majorité des pouvoirs de réglementation qui étaient conférés à la Régie par l'article 168 ont été transférés au gouvernement en 1987 ou rendus inopérants, ou les deux à la fois, à la suite de l'abrogation des articles ou des sections auxquels ils se référaient.

Les fonctions de publication de données sur l'industrie qui revenaient à la Régie ont été en partie abrogées (répertoire des films produits), en partie partagées avec d'autres organismes (le document *Statistiques sur l'industrie du film*, par exemple, est produit conjointement par la Cinémathèque québécoise, la Régie du cinéma, la SODEC et l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) qui en assure aussi la publication, mais la Régie continue de jouer un rôle de premier plan dans la collecte de l'information auprès de l'industrie par l'entremise des rapports exigés des titulaires de permis d'exploitation et de permis de distributeur). En revanche, ses fonctions de surveillance du cinéma ont été confirmées et renforcées.

Par ailleurs, les catégories de visas selon les groupes d'âge sont passées de trois (général, 14 ans et plus, 18 ans et plus) à quatre (général, 13 ans et plus, 16 ans et plus, 18 ans et plus) et des renseignements qualitatifs (« Violence », « Sexualité explicite », « Langage vulgaire », etc.) peuvent être ajoutés au besoin. Signalons toutefois que l'article 137 qui faisait obligation à la Régie de tenir régulièrement des audiences publiques sur les questions de sa compétence, dont le classement, a été abrogé en 1987.

Enfin, le 1er janvier 2001 est entrée en vigueur la Loi modifiant la Loi sur le cinéma (projet de loi 114 adopté en juin 2000) qui modifie le statut de la Régie du cinéma pour en faire un organisme autre que budgétaire et, partant, lui permet d'autofinancer ses activités à même les revenus qu'elle perçoit en application de la Loi. Cette dernière attribue à la Régie des pouvoirs réglementaires jusqu'alors dévolus au gouvernement (la Régie peut ainsi fixer par règlement les conditions d'obtention ou de renouvellement des permis de même que le montant des droits exigibles pour l'obtention d'un visa, d'un permis ou d'une attestation).

1.3.4 RADIO-QUÉBEC/TÉLÉ-QUÉBEC

À la suite de l'adoption de la Loi sur le cinéma, le gouvernement invite Radio-Québec à tenir compte de la recommandation du rapport Fournier et à faire davantage de place, dans sa programmation, à des émissions produites par le secteur indépendant.

Radio-Québec s'engage dans un premier temps, devant le CRTC, à confier au moins 20 % de son budget de production au secteur indépendant (objectif à atteindre en 1987-1988).

Cet engagement se situe dans le contexte où Radio-Québec s'attendait à la création d'un fonds de coproduction de 5 millions de dollars qui se serait ajouté à la subvention gouvernementale. Cependant, les restrictions budgétaires imposées à Radio-Québec en 1986 n'ont pas permis la création de ce fonds.

Au printemps 1987, dans le document intitulé : *Bilan et perspectives de la Société de radio-télévision du Québec*, le ministère des Communications propose, dans le quatrième scénario envisagé concernant l'avenir de Radio-Québec, que la Société confie 25 % de l'ensemble de son budget de programmation aux producteurs indépendants en 1990-1991.

Cet objectif est repris dans le plan directeur de Radio-Québec de 1989-1992 et de 1992-1995.

Toutefois, la question concernant ce qui sera confié aux producteurs privés prend une couleur complètement différente à partir de 1995.

En effet, en avril 1995, le premier ministre et ministre de la Culture et des Communications du Québec, M. Jacques Parizeau, crée un groupe-conseil qu'il mandate pour formuler des recommandations sur la redéfinition de la mission de Radio-Québec et sur ses modalités d'organisation. Le groupe-conseil soumet en juin 1995 son rapport intitulé : *Télé-Québec, le réseau du savoir*. Outre un recentrage sur la mission éducative et culturelle de Radio-Québec, le groupe-conseil recommande notamment que :

- sauf pour des produits d'information et d'habillage de chaîne, la production des émissions éducatives de Télé-Québec soit confiée à des maisons privées de production;
- Télé-Québec soit dotée d'un fonds de production externe dédié de 25 millions de dollars consacré à des productions éducatives;
- dans chacune des dix grandes régions administratives du Québec, Télé-Québec renforce ses équipes régionales et utilise les installations de production disponibles afin de refléter sur l'ensemble du réseau les réalités régionales du Québec;
- Télé-Québec se donne une équipe disposant de moyens suffisants pour assurer, au gouvernement, le suivi des activités des institutions démocratiques québécoises établies dans la capitale.

Les audiences de la Commission de la culture ont endossé pour l'essentiel les recommandations du groupe-conseil. Par ailleurs, la Commission a recommandé qu'une seconde équipe technique soit maintenue en place, en plus de l'équipe déjà prévue pour l'information et l'habillage de la chaîne.

La Loi sur la Société de télédiffusion du Québec est adoptée et sanctionnée en juin 1996. Elle consacre le changement d'appellation de Radio-Québec à Télé-Québec et les importants changements organisationnels qui ont résulté de la révision de son mandat.

Ce passage de Radio-Québec à Télé-Québec s'est accompagné d'une réduction des effectifs permanents de la Société de près de la moitié. En outre, la recommandation concernant la création d'un fonds dédié de 25 millions de dollars ne s'est jamais concrétisée.

La part du budget de programmation de Télé-Québec consacrée à la production avec le secteur privé est de 70 %, tandis que plus de 16 % va aux acquisitions.

1.3.5 LE CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC.

Bien que cela ne découle pas de la Loi sur le cinéma ni ne touche directement les organismes qu'elle instituait, mentionnons qu'en 1992, dans la foulée des recommandations du rapport Arpin, *Une politique de la culture et des arts*, le gouvernement a adopté une loi créant le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ).

Le CALQ exerce ses attributions dans le domaine des arts visuels, des métiers d'art, de la littérature, des arts de la scène, de la recherche architecturale, des arts multidisciplinaires et des

arts médiatiques. C'est surtout à travers son volet « Arts médiatiques » (cinéma, vidéo et nouveaux médias) que ses attributions peuvent recouper le secteur protégé par la Loi sur le cinéma.

Le CALQ attribue de l'aide financière à la création, à l'expérimentation, à la production et à la diffusion, sous forme de bourses ou de subventions, à des personnes physiques (créateurs et artistes) ou à des organismes à but non lucratif du secteur, comme des centres ou des coopératives d'artistes. Il peut aussi décerner des prix soulignant l'excellence artistique et soutenir le perfectionnement des artistes.

1.3.6 CONCLUSION

Lors de son adoption en 1983, la Loi sur le cinéma était une loi de portée générale qui concourait globalement à l'atteinte de l'ensemble des objectifs de la politique du cinéma qui y étaient énoncés. Elle définissait la composition, les fonctions et les missions des organismes chargés de sa mise en oeuvre, ainsi que les formes et les modalités de l'aide financière accordée au secteur du cinéma par le gouvernement du Québec.

Il y avait aussi des ponts ou des passerelles entre les fonctions confiées à la Régie du cinéma et les objectifs concernant le développement du cinéma québécois, l'autonomie financière des entreprises et la consolidation de l'infrastructure industrielle et commerciale du cinéma québécois: la Régie avait notamment pour mission de déterminer par règlement le pourcentage de leurs revenus bruts que les titulaires d'un permis de distributeur devaient investir dans la production de films québécois ainsi que les modalités de cette contribution, d'intervenir dans le partage de la recette au guichet entre distributeur et exploitant de même que de favoriser l'accès aux films des exploitants indépendants.

Depuis, toutefois, les sections III (aide financière), IV (missions et fonctions de l'IQC) et V (mission et fonctions de la SGC) du chapitre II (Développement du cinéma) ont été abrogées. Si bien que ce chapitre ne comprend plus que l'énoncé des objectifs de la Politique du cinéma (section I) et la reconnaissance de la cinémathèque (sections III et VI). Tout ce qui concerne l'aide financière, directe ou fiscale, que le gouvernement accorde pour concourir au développement du cinéma québécois (voir plus bas la section 1.4) est désormais régi par d'autres textes législatifs que la Loi sur le cinéma (principalement la Loi sur la SODEC et la Loi sur les impôts).

1.4 L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES FISCALES ET DU FINANCEMENT PUBLIC

1.4.1 LES POLITIQUES FISCALES

Le gouvernement du Québec intervient dans le financement de la production audiovisuelle par des programmes fiscaux depuis 1980. Ces derniers ont toujours eu l'avantage d'être « automatiques » et de soutenir directement les productions qui y ont droit.

1.4.1.1 Le Programme de déduction pour amortissement

Dans les années 80, la mesure fiscale utilisée pour la production cinématographique ou télévisuelle était l'abri fiscal dont pouvaient bénéficier les investisseurs privés. Le Programme de déduction pour amortissement (DPA) était consenti aux contribuables qui investissaient, par l'intermédiaire d'une société en commandite, dans une production admissible.

Au début, le taux de déduction accordé au Québec était identique à celui qui l'était au fédéral. En 1983, en réponse à une recommandation du rapport Fournier, le gouvernement du Québec instaure un double taux : 100 % pour les productions certifiées canadiennes produites au Québec et 150 % pour les productions reconnues comme québécoises. L'objectif avoué est d'accorder un soutien fiscal plus grand aux productions de langue française (bien que ce taux soit applicable à toutes les productions québécoises) qui peuvent se retrouver avec moins de revenus de marchés garantis, étant donné l'étroitesse du marché québécois et un potentiel de préventes dans le reste du Canada et à l'étranger plus faible.

Pour donner suite à la réforme fiscale fédérale qui abaissait le taux de DPA de 100 à 33,3 %, plusieurs adaptations ont été apportées au fil des ans au taux de la DPA québécoise qui a atteint jusqu'à 166,66 % du montant de l'investissement des contribuables. Il a été remarqué qu'une partie très importante du coût de cette mesure ne profitait pas directement à l'industrie cinématographique et télévisuelle, puisque les frais d'intermédiaires financiers et les bénéfices fiscaux accordés aux investisseurs étaient très élevés. C'est dans cette perspective que le 26 avril 1990 le ministre des Finances du Québec, dans son discours du budget, annonçait qu'il allait réexaminer les mesures fiscales relatives au secteur cinématographique et télévisuel.

Le Programme de déduction pour amortissement étant considéré comme une renonciation à des recettes fiscales et non comme une dépense gouvernementale, le montant annuel en jeu n'est donc pas publié au titre des dépenses du gouvernement pour la culture. Toutefois, une analyse ponctuelle effectuée à l'occasion des discussions qui ont amené le changement de politique fiscale, de la DPA au Programme de crédit d'impôt remboursable (CIR), a établi qu'en 1989 la DPA représentait un manque à gagner de 66 millions de dollars pour le gouvernement du Québec, pour un volume total de production de 234 millions de dollars, dont 38 millions avaient profité aux investisseurs privés et aux intermédiaires financiers, le solde (28 millions) représentant le gain net lié au financement des productions audiovisuelles québécoises visées. À l'origine, le taux de CIR a été établi de telle façon que le gain net lié au financement des productions audiovisuelles québécoises soit à peu près de même ampleur que celui qui est procuré par la DPA pour un même volume de production, alors que l'impact sur la recette fiscale du gouvernement du Québec était réduit de moitié (en éliminant les bénéfices aux investisseurs privés et aux intermédiaires financiers).

1.4.1.2 Le Programme de crédit d'impôt remboursable

C'est le 19 décembre 1990 que le ministre des Finances, M. Gérard D. Lévesque, annonçait l'abolition du Programme de DPA et l'introduction d'une nouvelle mesure fiscale s'adressant directement aux entreprises de production non liées à un diffuseur : le Programme de crédit d'impôt remboursable (CIR) pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise. Ce CIR représente alors 40 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles, lesquelles ne peuvent

toutefois excéder 45 % du coût total d'une production. Ainsi, l'aide fiscale consentie aux producteurs peut atteindre 18 % du coût total.

Très peu de modifications ont été apportées à ce programme au cours de ses sept premières années d'existence. Tout au plus a-t-on fait quelques corrections mineures pour s'assurer qu'il permettrait bien d'atteindre les objectifs du législateur. C'est à partir de mars 1997 que ce programme a connu une multitude de modifications qui ont changé passablement les modalités de cette mesure fiscale.

Les principales modifications ont consisté en une diminution du taux de crédit d'impôt et en la mise en place de certaines bonifications. Ainsi, en 1997, le taux général du CIR est passé de 18 à 15 %. Deux bonifications ont été instaurées, l'une pour les longs métrages de fiction et les documentaires uniques de langue française (ceux-ci peuvent obtenir un crédit d'impôt de 20,25 %) et l'autre pour les productions régionales (celles-ci peuvent obtenir un crédit d'impôt de 25 %).

De plus, une modification aux principes initiaux a été apportée. En effet, depuis le 23 juin 1998, les filiales de production des télédiffuseurs privés québécois bénéficient d'un accès limité au crédit d'impôt, cette mesure ayant jusqu'alors été réservée aux seules aux entreprises de production indépendantes des télédiffuseurs. Un an plus tard, les télédiffuseurs privés généralistes ont eu accès au CIR pour les productions destinées principalement à une exploitation commerciale à l'extérieur du Canada.

Notons que les filiales de production des télédiffuseurs privés jouissent d'un accès illimité au crédit d'impôt fédéral, et cela, depuis son instauration en janvier 1996.

Par ailleurs, deux crédits d'impôt remboursables ont été mis en place, l'un pour le doublage de films, l'autre pour les services de production cinématographique et télévisuelle.

L'annexe I (placée à la fin de cette section) présente la liste des principales modifications et nouveautés relatives à ces crédits d'impôt.

1.4.2 LE FINANCEMENT PUBLIC

En ce qui a trait au financement des programmes d'aide au cinéma (au sens large de la Loi sur le cinéma), incluant l'aide financière directe à la création, au développement, à la production, à la distribution, à la promotion, à la diffusion et à l'exportation, ainsi que l'aide au financement des entreprises, l'aide fiscale (y compris l'aide au doublage et le financement intérimaire du CIR) et l'aide aux arts médiatiques, le tableau 1/1 présente l'évolution de ce financement (déboursés des programmes) de 1982 à 2000. Pour alléger la présentation, nous avons retenu une année sur trois.

Tableau 1/1
Évolution du financement gouvernemental québécois,
débours des programmes, de 1982 à 2000

Source de financement	1982 (M$)	1985 (M$)	1988 (M$)	1991 (M$)	1994 (M$)	1997 (M$)	2000 (M$)
IQC	4,0						
SGCQ		8,7	10,3				
SOGIC				11,9	13,7		
SODEC - prog. général - exportation - entreprise						9,6 0,8 8,4	18,4 1,2 11,2
CALQ*						1,1	1,8
DPA**	n.d***.	n.d.	n.d.	n.d.			
CIR - production - doublage - services					31,8	65,0	96,8 0,2 1,2
CIR financement intérimaire					14,9	28,7	30,3
Télé-Québec	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	36,0	30,1	34,0

* Dépenses liées aux arts médiatiques. Avant la création du CALQ, il existait des programmes au ministère de la Culture concernant les différents secteurs aujourd'hui soutenus par le CALQ.

** Le Programme de déduction pour amortissement étant considéré comme une renonciation à des recettes fiscales et non comme une dépense gouvernementale, le montant annuel en jeu n'était donc pas publié au titre des dépenses du gouvernement pour la culture. Une analyse ponctuelle effectuée au cours des discussions qui ont amené le changement de politique fiscale, de la DPA au CIR, a établi qu'en 1989 la DPA avait coûté 66 millions de dollars au gouvernement du Québec, en pertes de recettes fiscales, pour un volume total de production de 234 millions, dont 38 millions avaient profité aux investisseurs privés et aux intermédiaires financiers, le solde (28 millions) représentant le gain net lié au financement des productions audiovisuelles québécoises visées. À l'origine, le taux de CIR a été établi de telle façon que le gain net lié au financement des productions audiovisuelles québécoises soit à peu près de même ampleur que celui qui est procuré par la DPA pour un même volume de production, mais que le coût pour le gouvernement du Québec soit réduit de moitié (en éliminant les bénéfices aux investisseurs privés et aux intermédiaires financiers).

*** Données non disponibles.

Source : rapports annuels ou d'activité de l'IQC, de la SGCQ, de la SOGIC et de la SODEC; compilations spéciales du CALQ; statistiques sur l'industrie du film, compilation spéciale de la SODEC (CIR pour services de production).

Ainsi, on constate que le financement a progressé de façon soutenue dans tous les secteurs. Notons toutefois que, la nature des programmes et des interventions se modifiant au fil des ans, il est difficile de comparer point par point, ou encore d'additionner ces montants d'aide qui concernent différents secteurs et prennent des formes diverses : investissement, prêt, garantie de prêt, marge de crédit, escompte de contrat, prime (à la qualité, à la continuité, au rendement), subventions de fonctionnement ou aux projets, crédit d'impôt, financement intérimaire, etc.

En ce qui a trait à l'aide financière directe, il y a eu des périodes de relative stagnation suivies de bonds quantitatifs importants (nouvelles injections importantes de fonds); pour ce qui est de l'aide fiscale, le passage de la DPA au CIR s'est traduit par une réduction de coût pour le gouvernement d'environ 30 millions (voir la seconde note du tableau 1/1) pour un même volume total de productions soutenues. Évidemment, la hausse considérable du volume de productions audiovisuelles québécoises admissibles au CIR a entraîné depuis une augmentation parallèle du coût de ce programme pour le gouvernement.

1.5 L'ÉVOLUTION ENVIRONNEMENTALE ET TECHNOLOGIQUE

De 1980 à 2000, les conditions environnementales et technologiques dans lesquelles s'exercent la création, le financement, la production et la diffusion des films (au sens large de la Loi sur le cinéma) ont été profondément modifiées.

Rappelons ici que lorsque la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel amorce ses travaux au début des années 80 :

- le chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises de production indépendante québécoises s'élève à 27 millions de dollars : 46 % proviennent du long métrage, 39 %, de la publicité et de la commandite gouvernementale ou des entreprises, 8 %, de la télévision et 7 %, de sources indéterminées;

- l'immense majorité de la production cinématographique et télévisuelle indépendante est tournée, montée et livrée sur support film (pellicule); il s'agit pour la plus grande partie d'œuvres uniques, et les effets spéciaux sont produits quasi exclusivement par des méthodes optiques ou mécaniques (maquettes, etc.);

- bon nombre de salles de cinéma sont encore équipées de doubles projecteurs à arc et, dans chacune des « salles-écran » ainsi équipées, un projectionniste doit veiller en permanence à assurer les changements de bobines et à éviter une baisse de luminosité due à un trop grand éloignement des charbons;

- le marché de la vidéocassette en est à ses balbutiements; c'est un marché d'achat et non de location, le format VHS n'a pas encore définitivement supplanté le format BETA et, en 1983, seulement 4,2 % des ménages québécois sont équipés d'un magnétoscope;

- l'univers de la télévision de langue française se résume en tout et pour tout à trois joueurs: Radio-Canada, Télé-Métropole et Radio-Québec. Moins de la moitié des ménages québécois est abonnée à la télédistribution, qui est transmise par câble coaxial et n'offre qu'un choix au consommateur: s'abonner ou non au service de base. Ni la télévision payante, ni la télévision spécialisée, ni *a fortiori* la télévision à la carte n'ont fait leur apparition, pas même TQS;

- le mot « ordinateur » ne se conjugue pas encore avec domestique : l'informatique demeure un instrument essentiellement réservé aux entreprises et Internet n'est qu'un outil permettant au Secrétariat américain de la défense de décentraliser le stockage de données stratégiques.

Ce ne sont là que quelques jalons posés pour aider à mesurer la distance qui nous sépare du début des années 80. Aujourd'hui, à titre de comparaison :

- le volume de production cinématographique et télévisuelle admissible au CIR québécois atteint 835 millions de dollars, sans compter la production interne des télédiffuseurs, les tournages étrangers, la production publicitaire, de commandite ou celle qui est destinée aux marchés éducatifs et institutionnels. Au total, elle s'élève à près de 1,4 milliard de dollars et contribue à la création d'environ 37 500 emplois;

- la majeure partie de la production indépendante est destinée à la télévision : elle est généralement tournée, montée et livrée sur support vidéo, y compris en vidéo numérique haute définition; les entreprises québécoises sont passées maître dans la conception de logiciels utilisés pour les effets spéciaux numériques et l'animation assistée par ordinateur;

- dans le secteur de l'exploitation, les mégacomplexes de plus de quinze écrans se multiplient et la projection y est entièrement automatisée; certains établissements sont dotés de salles 35 mm, 70 mm, IMAX et (plus rarement) de projection électronique; les grands circuits anticipent déjà le moment où leurs salles seront alimentées par fibre optique ou par satellite directement du siège social, voire des studios;

- plus de 85 % des ménages québécois sont équipés d'un magnétoscope et 9 %, d'un lecteur de vidéodisque numérique (digital video disk ou DVD); on prévoit qu'à l'instar du disque compact le vidéodisque va connaître une croissance rapide de son taux de pénétration et supplanter la vidéocassette d'ici quelques années, à la faveur notamment de la popularité croissante du cinéma maison (écran large, son ambiophonique);

- le système de radiodiffusion de langue française comprend aujourd'hui trois réseaux de télévision généraliste (SRC, TVA, TQS), deux services de télévision éducative (Télé-Québec, TFO), un télé-universitaire (Canal Savoir), seize services spécialisés analogiques (incluant ARTV entrée en ondes en septembre 2001), un service de télévision payante (Super Écran), quelques services de télévision à la carte (Canal Indigo, Bell ExpressVu) et il y aura bientôt cinq services spécialisés numériques de catégorie un et un potentiel d'une quinzaine de services numériques de télévision spécialisée ou payante de catégorie deux ou de vidéo sur demande de langue française;

- près de 75 % des foyers québécois sont abonnés à la télédistribution, par câble, satellite ou micro-ondes, en mode analogique ou numérique. Ceux qui ont adopté la distribution numérique peuvent recevoir actuellement plus de 150 services de programmation télévisuelle différents, offerts en volets dont certains peuvent être autocomposés par le client, plus une trentaine de chaînes musicales;

– environ 45 % des foyers québécois sont équipés d'un ordinateur[3] et 33 % de ceux-ci sont abonnés à Internet[4].

Il serait difficile de tenter de retracer ici pas à pas les modifications environnementales et technologiques qui ont permis de passer d'hier à aujourd'hui. Et il serait encore plus ardu de mesurer, de façon très concrète et circonscrite, les effets sur les méthodes de travail et l'économie de production de chacun de ces changements.

Précisons tout de même ceci : le passage du support 16 mm au support vidéo analogique, pour la vaste majorité de la production télévisuelle et de documentaires, et depuis peu au support vidéo numérique à haute définition, les systèmes de montage Avid et leurs successeurs, l'accès en ligne à des archives visuelles et audiovisuelles, le développement de l'infographie et des logiciels d'effets spéciaux, l'informatisation des systèmes administratifs et comptables, voire la généralisation des systèmes de traitement de texte, ont modifié profondément les méthodes et souvent le rythme de travail de tous les participants.

Ainsi, le scénariste ne voit pas seulement le travail d'écriture de versions successives facilité par les logiciels de traitement de texte; il voit aussi s'ouvrir de nouvelles possibilités et de nouvelles manières de raconter des histoires, compte tenu de l'immense potentiel qu'offrent les nouvelles technologies pour transformer ces histoires en images et en sons. Le monteur ne voit pas seulement son temps de travail se réduire considérablement lorsqu'il assemble des images numérisées plutôt que des bouts de pellicule sur une table de montage Steinbeck, il voit aussi apparaître de nouvelles possibilités de traiter, de modifier et de combiner ces images.

Notons que les changements technologiques qui touchent la production ne vont pas tous dans le même sens. Certains réduisent le coût, d'autres l'accroissent; certains permettent de diminuer les effectifs et le temps de travail, mais ils entraînent du même souffle une augmentation du coût de location ou d'utilisation des équipements; d'autres exigent au contraire de créer des postes qui n'existaient pas auparavant et d'accroître la taille des équipes.

En ce qui a trait aux possibilités qu'offrent les nouvelles technologies dans un proche avenir, la difficulté est moins de prévoir l'apparition d'une technologie que de prévoir le moment où elle sera adoptée largement par l'industrie ou le public et deviendra d'usage courant. En fait, la plupart des technologies perçues comme pouvant modifier les pratiques à venir existent déjà depuis le milieu ou le début de la décennie 90 et parfois depuis plus longtemps. La question est de savoir si et quand les obstacles qui empêchent la généralisation de l'usage de ces technologies vont être levés. Voyons trois exemples à cet égard.

Premier exemple : lorsque la commission Fournier a rencontré Georges Destounis, alors président de Famous Players Canada, au début des années 80, celui-ci évoquait déjà le moment où toutes les salles du circuit seraient alimentées en films numérisés à partir du siège social de Famous Players; et il prévoyait que cela se réaliserait d'ici la fin de la décennie 80. Vingt ans plus tard, cela demeure encore une possibilité envisagée à moyen ou à plus long terme.

---

3 Institut de la statistique du Québec, février 2002.

4 INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, *L'utilisation d'Internet par les ménages québécois en 2000*, décembre 2001, (collection L'économie du savoir).

Deuxième exemple : à la suite de l'autorisation d'entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) en 1995, le CRTC décidait de permettre aux câblodistribueurs d'offrir des services de vidéo sur demande (VSD) et délivrait à cet effet, en 1997, cinq licences d'entreprises de vidéo sur demande (trois bilingues, une de langue anglaise et une de langue française). Aucune n'est encore entrée en activité, et il est possible que, à la suite de l'autorisation récente (novembre 2000) de services de vidéo sur demande numériques, celles de 1997 ne voient jamais le jour.

Troisième exemple : il y a deux ou trois ans, on ne parlait que de WebTV et de convergence télévision/ordinateur; des expériences de télévision à la carte et de vidéo sur demande par Internet étaient lancées, et l'on prévoyait que ces modes de distribution allaient menacer les vidéoclubs à courte échéance. Aujourd'hui, alors que certains manifestent encore énormément d'enthousiasme pour le commerce électronique et l'implantation d'Internet à haute vitesse comme véhicule majeur de produits de divertissement (films, émissions de télévision), des experts non moins réputés prévoient au contraire qu'il faudra encore plusieurs années (de cinq à dix ans) avant que l'infrastructure à large bande et à haute vitesse – qui est nécessaire à la diffusion de produits audiovisuels sophistiqués – soit en place à une échelle significative. D'autres experts prévoient à court terme un effondrement du secteur des « point.com » et une progression beaucoup plus lente qu'anticipée du secteur transactionnel dans Internet.

En revanche, le disque vidéonumérique (DVD) semble en voie d'atteindre le seuil à partir duquel les nouveaux acheteurs de magnétoscope vont privilégier les lecteurs de DVD aux lecteurs de vidéocassettes par crainte d'obsolescence rapide. La télédistribution numérique est déjà une réalité et devrait connaître un essor important au cours des prochaines années, à la suite de l'autorisation accordée à quelques centaines de nouveaux services canadiens de programmation numériques dont seulement une cinquantaine de langue anglaise sont entrés en ondes à l'automne 2001. De même, les calendriers d'implantation de la production et diffusion télévisuelle numérique sont déjà en place aux États-Unis et au Canada, et même si des délais sont possibles, les radiodiffuseurs et télédiffuseurs canadiens devraient avoir terminé largement leur transition vers le numérique d'ici la fin de la décennie. Plusieurs disposent déjà d'installations de production et de régies entièrement numériques.

Le passage à l'ère numérique a aussi une incidence majeure sur la structuration de l'industrie et sur les rapports de force qui s'y manifestent. La possibilité de numériser pratiquement tous les produits culturels et d'information ainsi que la mondialisation des marchés ont favorisé la concentration, l'intégration verticale et la propriété croisée. Le fossé qui existait, il y a vingt ans, entre entreprises de télécommunications, entreprises de radiodiffusion et entreprises de production et de distribution cinématographique ou télévisuelle, par exemple, s'est rétréci rapidement depuis le milieu des années 90.

Aujourd'hui, convergence et inforoutes obligeant, on assiste à un transfert progressif et à une concentration des pouvoirs aux mains des entreprises qui contrôlent les réseaux (de télécommunications, de fibres optiques, de télédistribution, d'accès à Internet, etc.) par rapport à celles qui créent, produisent, assemblent et mettent en marché les contenus informatifs, culturels et de divertissement que véhiculent ces réseaux.

Avec le troisième millénaire, ce sont les entreprises de distribution de jeux vidéo qui se mettent de la partie, alors que les jeux vidéo et les DVD peuvent être lus par les mêmes plateformes.

ANNEXE I

Principales modifications et nouveautés relatives au crédit d'impôt remboursable à la production cinématographique et télévisuelle, au crédit d'impôt pour le doublage de films et au crédit d'impôt pour les services audiovisuels

1990

Audiovisuel

- Abolition des déductions d'impôt exceptionnelles qui étaient jusque-là consenties aux contribuables investissant, par l'intermédiaire d'une société en commandite, dans une production cinématographique ou télévisuelle admissible.
- Introduction d'une nouvelle mesure fiscale s'adressant directement aux sociétés de production, à savoir le crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise : 45 % des dépenses de main-d'œuvre sont admissibles, jusqu'à concurrence de 18 % du total des frais de production.

1991-1992

Audiovisuel

- Assouplissement des exigences relatives aux postes clés occupés par des Québécois pour l'admissibilité d'un long métrage de fiction.
- Modification de la définition des « dépenses de main-d'œuvre admissible » pour y inclure la rémunération des travailleurs autonomes et la rémunération du personnel des sous-traitants de la société de production (incluant les sociétés de postproduction liées à un diffuseur).

1992-1993

Audiovisuel

- Modification de la notion de « frais de production » pour faire en sorte que certains aspects du coût de production, qui ne sont pas supportés par le producteur, soient tout de même considérés dans la détermination du plafond de l'aide fiscale.

Décembre 1995

Audiovisuel

- Admissibilité des émissions de variétés et des magazines diffusés en soirée ou la fin de semaine.

Mars 1997

Audiovisuel

- Réduction (de 18 à 15 % du total des frais de production) du crédit d'impôt maximal.
- Introduction d'une prime au français : augmentation (de 18 à 20,25 % du devis de production) du crédit d'impôt maximal attribué aux longs métrages de langue française ayant un contenu québécois particulièrement élevé.
- Resserrement de la définition des « dépenses de main-d'œuvre » : seule la rémunération du personnel des sous-traitants établis au Québec sera admissible (moratoire de trois ans pour les productions d'animation).
- Établissement d'un plafond de 2,5 millions de dollars par film ou par série.
- Exclusion de certaines émissions de variétés ou de certains magazines télévisuels.

Mai 1997

Audiovisuel

- Report de un an des resserrements annoncés en mars 1997.
- Élargissement de la prime au français : augmentation (de 18 à 20,25 % du devis de production) du crédit d'impôt maximal attribué aux documentaires uniques de langue française ayant un contenu québécois particulièrement élevé.
- Admission au crédit d'impôt de la rémunération versée à une société sous-traitante qui est liée à un diffuseur et attribuable à la coloration d'un film d'animation à l'étape de la production et pour des postes particuliers.
- Modification du libellé de la définition des émissions de variétés exclues de l'application du crédit d'impôt (mars 1997).

Décembre 1997

Doublage

- Introduction du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films : 33,3 % des dépenses de main-d'œuvre sont admissibles, jusqu'à concurrence de 15 % du total des frais de doublage.

Audiovisuel

- Nouveau report de six mois de l'établissement d'un plafond de 2,5 millions de dollars par film ou par série.

Mars 1998

Audiovisuel

- Introduction d'une bonification pour les effets spéciaux et l'animation informatique réalisés dans le contexte d'une production admissible.
- Report d'une année supplémentaire de l'exclusion de certaines émissions de variétés et de certains magazines télévisuels.
- Assouplissement du critère d'utilisation des ressources québécoises pour les films grand format.

Services audiovisuels

- Introduction du crédit d'impôt remboursable pour les services de production cinématographique et télévisuelle : 11 % des dépenses de main-d'œuvre sont admissibles.

Juin 1998

Audiovisuel et services audiovisuels

- Admission limitée des filiales de production des télédiffuseurs (un volume de production maximal de 20 millions de dollars pour l'ensemble d'entre elles) avec obligation de réinvestir dans le cinéma québécois de langue française (50 % des CIR obtenus).

Audiovisuel

- Retrait de la mesure d'exclusion de certaines émissions de variétés et de certains magazines télévisuels. Cette mesure n'a donc jamais été appliquée.
- Précision concernant les frais de production et les honoraires de producteur reconnus dans le calcul des frais de production.

Novembre 1998

Audiovisuel

- Introduction d'« aides prescrites », soit celles qui sont accordées par le Fonds canadien de télévision en vertu du Programme de droits de diffusion ou du Programme de participation au capital.

Mars 1999

Doublage

- Simplification des modalités d'application de la mesure fiscale : remplacement de l'assiette du crédit d'impôt (dorénavant, l'assiette ne sera plus constituée des dépenses de main-d'œuvre au sens large, mais des dépenses relatives à certains services rendus, généralement par des travailleurs autonomes ou des sous-traitants, dans le contexte du doublage) et remplacement du plafond jusque-là basé sur le total des frais de doublage (dorénavant, il sera basé sur la contrepartie versée pour l'exécution du contrat de doublage).

Juin 1999

Audiovisuel

- Limitation du total des honoraires du producteur et des frais généraux (25 % du total des frais de production).
- Introduction d'une bonification régionale : augmentation (à 25 % du total des frais de production) du crédit d'impôt maximal attribué aux productions tournées hors de Montréal par une société qui exerce principalement ses activités hors de Montréal.
- Introduction d'une nouvelle condition d'admissibilité : le sous-titrage codé pour malentendants.

Juillet 1999

Audiovisuel et services audiovisuels

- Élargissement de l'admissibilité des filiales de production des télédiffuseurs généralistes : aucune limitation de crédit d'impôt à l'égard des productions de fiction qui sont principalement destinées aux marchés d'exportation et non diffusées à l'antenne avant trois ans.

Décembre 1999

Audiovisuel, doublage et services audiovisuels

- Introduction d'une nouvelle obligation : déclarer les dépenses donnant droit à un CIR à l'intérieur d'un délai de douze mois suivant la date d'échéance de production de l'année à l'égard de laquelle se rapportent ces dépenses.

Mars 2000

Audiovisuel

- Nouveau moratoire de un an pour les productions d'animation (voir 1997).
- Précision concernant le plafond de 2,5 millions de dollars qui ne peut être partagé, relativement à une coproduction, qu'entre les sociétés coproductrices par ailleurs admissibles au CIR.

Juin 2000

Audiovisuel

- Remplacement de la référence pour déterminer l'année fiscale à partir de laquelle le crédit peut être demandé.
- Remplacement de l'expression « scénario version finale » par le terme « scénario ».
- Précision selon laquelle lorsqu'une entreprise reçoit un montant attribuable à la main-d'œuvre, ce dernier doit être soustrait de la dépense pour le calcul du CIR.
- Remplacement de la notion de « filiale » de production d'un télédiffuseur par celle de « société contrôlée » par un diffuseur.
- Pour l'application de l'exception relative aux productions destinées à une exploitation à l'extérieur du Canada : exclusion des réseaux de services spécialisés de télévision, des services de télévision payante, des services de télévision à la carte ou des services de vidéo sur demande.
- Délivrance par la SODEC d'une attestation indiquant, par poste budgétaire, la dépense de main-d'œuvre donnant droit à une bonification. Revenu Québec procédera à la vérification du caractère engagé et versé du montant de la dépense donnant droit à une bonification et déterminera le montant de la dépense donnant droit à cette bonification.
- Introduction d'un formulaire prescrit à l'égard de certains postes clés.
- Remplacement de la notion de « domicile » par celles de « résidence » et de « citoyenneté ».
- Suppression d'une responsabilité de la SODEC : s'assurer que la société qui produit le film exploite une entreprise dans le domaine du cinéma et que son principal établissement est situé au Québec.
- Modification de la notion de « producteur » de manière qu'il soit responsable de la prise de décision tout au cours de la production, incluant le développement du projet.
- Qualification d'un film si deux producteurs qui se succèdent au cours du développement et de la production d'un film, remplissent chacun les critères de résidence.
- Qualification d'un film si deux sociétés se succèdent au cours du développement et de la production d'un film et que le critère de 75 % des frais engagés pour la production est respecté.
- Introduction d'un critère supplémentaire pour déterminer les deux principaux acteurs d'une production : le temps de présence à l'écran.
- Introduction d'un délai pour le dépôt d'une demande de certification finale.
- Introduction d'une définition de « magazine ».
- Introduction d'une nouvelle exclusion concernant la notion de « pornographie ».
- Précision concernant l'exclusion d'« événements sportifs ».
- Précision concernant les captations en temps réel.
- Précision concernant les productions admissibles à la bonification linguistique.
- Modification à la bonification régionale : retrait du critère d'admissibilité selon lequel au moins 75 % des montants engagés pour le tournage d'une production doivent l'être pour des services rendus à l'extérieur de la région de Montréal.

Octobre 2000

Audiovisuel

- Report de l'entrée en vigueur de certaines modifications annoncées dans le Bulletin d'information 2000-4.
- Précision concernant l'admissibilité des dépenses de main-d'œuvre engagées dans une année d'imposition précédant celle à compter de laquelle un crédit peut être demandé.
- Précision concernant la notion de « producteur » : dans le cas de producteurs successifs, ceux-ci doivent satisfaire au critère de résidence (et non de citoyenneté) pour que la production puisse être qualifiée de québécoise.

Doublage

- Introduction d'un délai pour le dépôt d'une demande de certification finale.

Décembre 2000

Doublage

- Modification à la définition de « société admissible » faisant en sorte que la condition relative au contrôle québécois est remplacée par celle d'une société qui a un établissement au Québec et y exploite une entreprise admissible qui rend des services de doublage.
- Introduction d'une nouvelle condition pour l'admissibilité d'une production : 75 % des personnes qui rendent les services relatifs à la prestation des comédiens et à la direction de plateau doivent être résidents du Québec.

Mars 2001

Audiovisuel

- Précision concernant les captations en temps réel pour ne pas disqualifier une production (par ailleurs admissible) qui présente une activité en temps réel, sauf les productions du type gala, remise de prix et présentation de défilés.
- Précision concernant les droits de suite selon laquelle ceux-ci ne représentent pas une rémunération basée sur les profits ou recettes.
- Fin du moratoire concernant le « resserrement » des dépenses de main-d'œuvre à l'égard des productions d'animation.
- Introduction d'une nouvelle « aide prescrite » : le montant provient du Fonds de diversification de l'économie de la Capitale soutenant le démarrage de productions dans la région de la Capitale-Nationale.
- Modification à la définition de « région de Montréal » aux fins de la bonification à l'égard des productions régionales.

Services audiovisuels

- Modification aux notions de « particulier admissible » et d'« employé admissible » afin qu'une personne puisse se qualifier si elle réside au Québec à la fin de l'année civile précédant celle au cours de laquelle elle a rendu des services relativement à la production admissible.
- Précision concernant les « droits de suite » selon laquelle ceux-ci ne représentent pas une rémunération basée sur les profits ou recettes.
- Remplacement de l'expression « scénario version finale » par le terme « scénario ».
- Précision selon laquelle une société qui reçoit un montant attribuable à sa dépense de main-d'œuvre doit déduire ce montant de sa dépense avant de calculer son crédit d'impôt.
- Délivrance par la SODEC d'une attestation indiquant, par poste budgétaire, la dépense de main-d'œuvre donnant droit à la bonification pour effets spéciaux et animation informatique.

Juillet 2001

Audiovisuel

- Modifications au calcul des frais de production :
  - retrait des montants réputés engagés à titre d'honoraires de production et de frais généraux d'administration;
  - retrait de la valeur de l'utilisation, sans contrepartie, de biens ou de services;
  - retrait de la référence aux étapes de production pour déterminer les frais de production admissibles au calcul. Dorénavant, seuls les frais réellement engagés et qui sont attribuables à la production sont admissibles sous réserve, toutefois, des frais de production (y compris les dépenses de main-d'œuvre) postérieurs à la postproduction qui devront être reconnus par le ministère du Revenu du Québec (MRQ) et qui ne devront pas être postérieurs à la date de la demande de certification finale auprès de la SODEC;
  - obligation pour la société de payer les frais de production avant de demander le crédit y afférent;
  - précision selon laquelle tout avantage, bénéfice, remboursement ou produit d'aliénation reçus ou à recevoir en relation avec la production réduit les frais de production;
  - retrait de la limite de 25 % concernant le total des honoraires du producteur et les frais généraux d'administration;
  - hausse du plafond basée sur les frais de production (de 45 à 50 %).

- Modification rétroactive concernant les notions d'« honoraires du producteur » et de « frais généraux d'administration » en vue de résoudre les divergences d'interprétation survenues entre le MRQ et les membres de l'industrie.
- Introduction d'une nouvelle exigence lors d'une demande de certification finale à la SODEC : joindre un rapport de coût vérifié ou une mission d'examen (si le coût final est inférieur à 250 000 $) attestant qu'au moins 95 % des frais de production sont payés.

Audiovisuel, doublage et services audiovisuels

- Retrait de l'obligation de payer les dépenses de main-d'œuvre dans l'année ou dans un délai de 60 jours subséquents. Dorénavant, il suffira que les dépenses soient payées au moment de la demande de crédit d'impôt.

Novembre 2001

Audiovisuel

- Précision selon laquelle une demande de certification finale peut être formulée après le délai de douze mois si aucune demande de décision préalable n'a été déposée.
- Introduction d'un choix concernant la méthode de calcul pour la société qui a déposé une demande de décision préalable entre le 5 juillet et le 31 août 2001.

Doublage

- Précision selon laquelle une demande de certification finale peut être formulée après le délai de douze mois si aucune demande de décision préalable n'a été déposée.

Décembre 2001

Audiovisuel

- Modification au délai pour le dépôt d'une demande de certification finale :
  - dix-huit mois (au lieu de douze);
  - si aucune demande de décision préalable n'a été faite : à l'échéance du délai de prescription.
- Retrait de l'obligation de joindre un rapport de coût vérifié ou une mission d'examen pour attester que 95 % du coût est payé; cette obligation est remplacée par une démonstration à la satisfaction de la SODEC.

Doublage

- Introduction d'une règle selon laquelle si deux sociétés admissibles se succèdent dans le contexte d'une production admissible, chacune d'elles peut demander un CIR.
- Modification au délai pour le dépôt d'une demande de certification finale :
  - dix-huit mois (au lieu de douze);
  - si aucune demande de décision préalable n'a été faite : à l'échéance du délai de prescription.

Janvier 2002

Audiovisuel

- Introduction d'une bonification pour le film en format géant (45 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles sans excéder 22,5 % du total des frais de production).
- Élargissement du territoire d'exploitation pour le film en format géant : engagement d'exploitation au Canada.

2 LES INSTITUTIONS ET LES ORGANISMES

2.1 LES INSTITUTIONS QUÉBÉCOISES

2.1.1 LE MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

Le ministère de la Culture et des Communications a été créé en 1961 sous l'appellation de « ministère des Affaires culturelles ». Il a acquis sa dénomination et son statut actuels en 1994 lorsqu'il a intégré une partie du ministère des Communications.

Le ministère de la Culture et des Communications, en collaboration avec des sociétés d'État et d'autres organismes publics, a pour mission de favoriser au Québec l'affirmation, l'expression et la démocratisation de la culture ainsi que le développement des communications et de contribuer à leur rayonnement à l'étranger.

Le Ministère est régi par la Loi sur le ministère de la Culture et des Communications (LRQ, c. M-17.1), alors que son action dans le domaine du cinéma est régie par la Loi sur le cinéma (LRQ, c. C-18.1).

En vertu de l'article 3 de la Loi sur le cinéma, la ministre de la Culture et des Communications a la responsabilité d'élaborer et de proposer au gouvernement une politique du cinéma et d'en surveiller la mise en œuvre.

Toutefois, dans ce domaine autant que dans celui de la production audiovisuelle, les actions du gouvernement du Québec sont menées principalement par des sociétés d'État : le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), la Régie du cinéma, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et Télé-Québec.

Le Ministère verse d'importantes subventions annuelles de fonctionnement à la Cinémathèque québécoise ainsi qu'à l'Institut national de l'image et du son (INIS).

Les Archives nationales du Québec (ANQ), qui sont une direction générale du ministère de la Culture et des Communications, conservent la production audiovisuelle des ministères et organismes publics. En outre, les Archives nationales peuvent à l'occasion acquérir des fonds privés contenant des documents audiovisuels. En excluant la production de Télé-Québec, dont elles assurent la conservation sans la diffuser, les Archives nationales comptent dans leurs collections environ 6 500 documents audiovisuels qu'elles mettent à la disposition du public et des chercheurs conformément à leur mandat.

2.1.2 LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES

La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) est une société d'État relevant de la ministre de la Culture et des Communications. Créée en juin 1994 par l'Assemblée nationale (LRQ, c. S-10.002), elle a succédé à la Société générale des industries culturelles (SOGIC).

Le gouvernement lui a alors confié les programmes du disque et du spectacle, du livre et des métiers d'art, gérés jusque-là par le ministère de la Culture et des Communications, ainsi que les droits et les obligations de l'Institut québécois du cinéma.

Les onze membres du conseil d'administration de la SODEC sont issus du milieu culturel. Nommés par le gouvernement, ils assurent une représentativité de chaque domaine d'action de la Société.

La SODEC s'appuie également sur un soutien consultatif. Le Conseil national du cinéma et de la production télévisuelle (CNCT) et les sept commissions (disque et spectacle de variétés, doublage, financement, livre, métiers d'art, multimédia et Place-Royale) ont pour fonction de la conseiller sur toute question qu'elle leur soumet et de réaliser toute étude qu'elle demande. Le CNCT a de plus le mandat de conseiller la ministre de la Culture et des Communications sur l'application de la Loi sur le cinéma.

La SODEC a pour mandat de promouvoir et de soutenir, dans toutes les régions du Québec, l'implantation et le développement des entreprises culturelles, y compris les médias. Elle a aussi pour fonction de contribuer à accroître la qualité des produits et services de ces entreprises et leur compétitivité sur tous les marchés.

Pour ce faire, la Société possède divers outils d'action dont elle se sert en complémentarité dans le but de soutenir la production, la diffusion et l'exportation des produits culturels québécois.

Ainsi, dans le contexte de ses activités de financement, elle offre aux entreprises des garanties, des prêts, du crédit rotatif ou du capital-actions aux conditions qu'elle détermine. Ses activités de financement ont totalisé 16,3 millions de dollars au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2001.

De plus, les entreprises des domaines du cinéma et de la production télévisuelle, du disque et du spectacle de variétés, du livre et de l'édition spécialisée, des métiers d'art et du multimédia peuvent avoir accès à un soutien financier de la Société sous forme de subvention, d'aide remboursable ou d'investissement. Le budget de cette aide a totalisé 34,7 millions de dollars en 2000-2001.

La SODEC agit par ailleurs comme gestionnaire des crédits d'impôt du Québec pour la production cinématographique et télévisuelle, pour les services de production cinématographique et télévisuelle, pour le doublage de films, pour la production d'enregistrements sonores, pour la production de spectacles musicaux et pour l'édition de livres. Le montant des différents crédits d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle était de 95,1 millions de dollars en 2000-2001.

Enfin, la SODEC intervient dans la gestion du parc immobilier patrimonial dont elle est propriétaire, notamment « la place Royale ».

Dans le domaine du cinéma et de la production télévisuelle, la SODEC disposait en 2001-2002 d'une enveloppe de 17,5 millions de dollars répartis entre les programmes d'aide à la scénarisation, à la production, aux jeunes créateurs, à la promotion et à la diffusion et le Bureau d'accueil des producteurs étrangers.

En général, le soutien est attribué sous forme d'aide sélective et la participation financière prend la forme d'un investissement. Au moins 80 % des sommes sont allouées à des productions dont la version originale est en français. Les secteurs d'action prioritaire de la SODEC sont le long métrage de fiction destiné aux salles, le documentaire œuvre unique et le court métrage de fiction.

La SODEC, par l'entremise du programme SODEXPORT, appuie également les efforts d'exportation des entreprises québécoises. Dans le domaine du cinéma et de la production télévisuelle, ses engagements annuels sont d'environ 1,2 million de dollars. Pour la réalisation des plans d'affaires à l'exportation et des projets des entreprises, la SODEC leur accorde de l'aide remboursable selon un partage de risque établi entre les parties.

Enfin, la SODEC soutient la présence collective des entreprises dans les marchés et les foires internationaux. Pour ce faire, en ce qui concerne la télévision, la Société a reconnu Horizon Québec comme opérateur de la participation québécoise au MIPTV, MIPCOM et NATPE. En matière de cinéma, la SODEC est elle-même responsable de la présence québécoise dans les marchés et festivals selon la stratégie suivante : long métrage à Cannes, court métrage à Clermont-Ferrand, documentaires à Nyon, francophonie à Namur. De plus, la SODEC organise chaque année un événement de promotion et de commercialisation du cinéma québécois intitulé : « Cinéma du Québec à Paris ». Enfin, la SODEC a signé deux ententes de codistribution avec la France et la Communauté française de Belgique et elle soutient la participation de films québécois en concurrence dans certains festivals.

2.1.3 LE CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC

Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) est une société d'État créée en 1992 par le gouvernement du Québec. Il a ouvert ses portes le 1er avril 1994.

Sa loi constitutive (LRQ, c. C-57.02) lui confie le mandat de soutenir, dans toutes les régions du Québec, la création, l'expérimentation et la production dans les domaines des arts visuels, des métiers d'art, de la littérature, des arts de la scène, des arts multidisciplinaires, des arts médiatiques et de la recherche architecturale et d'en favoriser le rayonnement au Québec, au Canada et à l'étranger. Il a aussi pour mandat de soutenir le perfectionnement des artistes. En outre, le Conseil est appelé à donner à la ministre de la Culture et des Communications des avis sur toute question relative à sa compétence.

Pour l'exercice financier 2001-2002, le Conseil a reçu du ministère de la Culture et des Communications un budget global de 55,4 millions de dollars.

Le Conseil apporte une aide financière aux individus et organismes qui travaillent dans le domaine des arts médiatiques. Le montant des subventions versées a augmenté de 162 % de 1994-1995 à 2000-2001, passant de 885 744 $ à 2 318 320 $.

Le Conseil soutient la création dans le domaine des arts médiatiques par l'intermédiaire du Programme de bourses aux artistes professionnels. En 2000-2001, 115 bourses ont été octroyées en vertu de ce programme, totalisant 1 119 710 $. Celui-ci se compose de trois volets : « Recherche et création », « Accueil d'artistes en résidence » et « Soutien à la carrière ».

Le Conseil agit uniquement dans le secteur de la production indépendante, notion qu'il a définie dans ses programmes de la manière suivante :

> Une notion de production indépendante implique que l'artiste-auteur a le plein contrôle sur le contenu et la réalisation de son œuvre de même que sur toutes les ententes de production et de diffusion. Il possède tous les droits de reproduction et de représentation publique de son œuvre ou peut, en accordant une licence, les confier à un producteur ou un distributeur indépendant.

Le Conseil accorde un soutien aux artistes des domaines du cinéma, de la vidéo et des nouveaux médias. Les catégories admises sont : les œuvres de fiction, documentaires, expérimentales et d'animation; il soutient aussi les œuvres à caractère narratif ou conceptuel intégrant les nouvelles technologies de la communication.

Conformément à son programme de subventions aux organismes, le Conseil soutient une quinzaine de centres d'artistes du domaine des arts médiatiques. En 2000-2001, il leur a accordé des subventions totalisant 791 840 $.

Le Conseil apporte également un soutien aux arts médiatiques par l'intermédiaire d'un autre programme comportant quatre volets. Le programme Promotion et diffusion est consacré à l'aide aux manifestations artistiques (volet 1), à la circulation d'œuvres (volet 2), à la documentation et à l'interprétation des œuvres ainsi qu'à des manifestations par l'entremise de publications (volet 3) et, enfin, à la prospection en matière de diffusion et de promotion (volet 4). En 2000-2001, le Conseil a retenu treize projets pour lesquels il a accordé des subventions totalisant 186 270 $.

Le Conseil soutient aussi des éditeurs de périodiques culturels grâce à son programme Édition et promotion de périodiques culturels. En 2000-2001, trois éditeurs de périodiques spécialisés en arts médiatiques ont reçu une aide globale de 129 000 $.

Enfin, le Conseil apporte une aide financière à un regroupement d'artistes professionnels des arts médiatiques par l'intermédiaire de son programme de soutien intitulé : Associations professionnelles d'artistes, regroupements nationaux et organismes de services. Cette aide a été de 49 000 $ pour 2000-2001.

2.1.4 TÉLÉ-QUÉBEC

L'Office de la radio de Québec a été créé le 22 février 1968 avant de céder sa place vingt mois plus tard à l'Office de radiotélédiffusion du Québec (ORTQ).

Quant à Télé-Québec, telle qu'on la connaît actuellement, elle est régie par la Loi sur la Société de télédiffusion du Québec (LRQ, c. S-12.01) adoptée en juin 1996.

La mission de cette société consiste à exploiter une entreprise de télédiffusion éducative et culturelle afin d'assurer l'accessibilité de ses produits au public, à exploiter un service de production et de distribution de documents audiovisuels, multimédias et de télévision, y compris leurs produits dérivés et documents d'accompagnement, dans le but de développer le goût du savoir, de favoriser l'acquisition de connaissances, de promouvoir la vie artistique et culturelle ainsi que de refléter les réalités régionales et la diversité de la société québécoise.

En 2000-2001, le budget total de cette société s'établissait à 70 millions de dollars.

Télé-Québec, télévision publique éducative et culturelle, joue un rôle important au regard du cinéma et de la production audiovisuelle. D'abord, elle diffuse une quantité importante de films de tous les genres : long métrage de fiction, long métrage documentaire, animation, documentaire historique, culturel, scientifique. De plus, elle contribue à la promotion du cinéma en présentant des émissions qui en traitent et en s'associant à de nombreux événements publics. Enfin, Télé-Québec est un acteur important dans le secteur de la production audiovisuelle, puisqu'elle participe financièrement à la production de plusieurs films qu'elle diffuse et aussi parce qu'une partie importante (70 %) des émissions originales présentées à son antenne sont produites par des entreprises privées québécoises.

Télé-Québec est la télévision du cinéma de fiction, documentaire et aussi de l'animation. En 2000-2001, elle a consacré 2 062 heures, soit 43 % de sa grille horaire, à la diffusion de films. L'Office des communications sociales, qui classifie chaque année les films présentés à la télévision, accorde invariablement le premier rang à Télé-Québec pour la qualité de son cinéma.

Les films présentés à Télé-Québec contribuent à enrichir la culture cinématographique des téléspectateurs, notamment par la diversité des pays d'origine des films. En outre, cette société, depuis sa création, a diffusé plus de 90 longs métrages de fiction québécois qu'elle a acquis ou coproduits. Parmi les titres les plus connus, dont Télé-Québec a collaboré à la production, signalons *Les bons débarras* de Francis Mankiewicz, *Léolo* de Jean-Claude Lauzon, *Jésus de Montréal* de Denys Arcand, *Au clair de la lune* d'André Forcier, *Le matou* de Jean Beaudin, *Les fleurs sauvages* de Jean-Pierre Lefebvre, *Les fous de Bassan* d'Yves Simoneau, *Anne Trister* de Léa Pool et, tout récemment, *15 février 1839* de Pierre Falardeau et *Maelström* de Denis Villeneuve.

En plus du long métrage de fiction, la grille de Télé-Québec fait une place importante au documentaire, dont le documentaire d'auteur et les premières œuvres où elle joue également un

rôle important de coproducteur. En matière de cinéma d'animation, la programmation de Télé-Québec s'adresse d'abord aux enfants.

Enfin, Télé-Québec participe activement à la promotion du cinéma et de la culture cinématographique. En effet, elle diffuse depuis deux ans un magazine hebdomadaire consacré au cinéma. Celui-ci fait une large place au cinéma et aux cinéastes d'ici. De plus, chaque semaine, le magazine culturel *Les choix de Sophie* présente une chronique cinéma. Enfin, Télé-Québec est associée à plus d'une douzaine de manifestations cinématographiques à l'échelle du Québec, que ce soit à titre de partenaire, de télédiffuseur officiel ou de commanditaire.

2.1.5 LA RÉGIE DU CINÉMA

La Régie du cinéma a été créée en vertu de la Loi sur le cinéma. Elle assure, depuis le 13 mars 1985, la succession du Bureau de surveillance du cinéma créé en 1967, qui lui-même succédait au Bureau de censure du Québec ayant vu le jour en 1913. Elle exerce un mandat de surveillance et de contrôle sur les activités liées à la présentation de films en public ou au commerce de films destinés à un usage interne au Québec.

La Régie est constituée de trois membres, dont une présidente, nommés par le gouvernement. Elle compte 50 employés.

À la suite de l'adoption de la Loi modifiant la Loi sur le cinéma (2000, c. 21), la Régie est devenue, le 1er janvier 2001, un organisme autre que budgétaire. Elle doit financer ses dépenses à même les revenus qu'elle perçoit en application de la Loi sur le cinéma. Pour l'exercice financier 2001-2002, le gouvernement a approuvé un budget de dépenses qui s'élève à 4 067 400 $.

Les actions de la Régie du cinéma s'inscrivent dans un cadre législatif et réglementaire en vue de l'atteinte de certains objectifs de la Loi sur le cinéma, notamment l'implantation et le développement de l'infrastructure industrielle et commerciale du film, le respect des droits relatifs à la propriété intellectuelle sur les films, l'implantation et le développement d'entreprises québécoises indépendantes et financièrement autonomes dans le domaine de la distribution et l'établissement de mécanismes de surveillance de l'exploitation et de la circulation des œuvres. On peut également rattacher les fonctions de la Régie à des principes plus généraux comme la promotion de la langue française, la protection de la jeunesse, la protection de la moralité publique et l'information du public.

La Régie a en effet pour fonction de classer les films par catégorie d'âge. Selon le système en vigueur, les films sont classés dans une des quatre catégories suivantes : G (visa général), 13 ans et plus, 16 ans et plus ou 18 ans et plus. Des indications peuvent être ajoutées au classement pour caractériser une œuvre : « Pour enfants », « Déconseillé aux enfants », « Horreur », « Langage vulgaire », « Violence », « Érotisme », « Sexualité explicite ». À titre d'illustration de l'importance de cette activité, mentionnons que la Régie a procédé, en 2000-2001, au classement de plus de 11 500 titres. Par ailleurs, 46 997 visas ont été délivrés pour les copies des films destinés à une présentation en public et plus de 12 millions d'attestations indiquant le classement ont été délivrées pour être apposées sur du matériel destiné au commerce de détail.

Une autre des fonctions de la Régie porte sur le contrôle des droits de distribution. Avant de classer un film, elle doit, en effet, s'assurer que la personne qui demande le classement possède le droit de distribuer ce film au Québec.

Enfin, la Régie délivre les permis qui servent à encadrer la distribution des œuvres cinématographiques au Québec (permis général de distributeur et permis spécial de distributeur) de même que l'exploitation de divers établissements engagés dans leur présentation publique (permis d'exploitant d'un lieu de présentation de films en public) ou leur commercialisation (permis de commerçant de détail de matériel vidéo).

2.1.6 LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE

Constituée le 18 avril 1963, la Cinémathèque québécoise est un organisme privé à but non lucratif. Elle est reconnue en vertu de la Loi sur le cinéma.

Sa mission consiste à promouvoir la culture cinématographique, à créer des archives de cinéma, à acquérir et à conserver des films ainsi que toute la documentation qui s'y rattache, à projeter ces films et à exposer ces documents de façon non commerciale, à des fins historique, pédagogique et artistique. La Cinémathèque a élargi cette mission aux secteurs de la télévision et de la vidéo.

La Cinémathèque québécoise est le seul organisme privé canadien membre de la Fédération internationale des archives du film (FIAF). Ses activités englobent donc les trois volets essentiels du mandat des membres de la FIAF : la conservation, le soutien documentaire et la diffusion. La Cinémathèque québécoise est également membre de la Fédération internationale des archives de télévision (FIAT).

2.1.6.1 La conservation et le soutien documentaire

Les collections de la Cinémathèque québécoise portent sur trois volets : les films, les collections afférentes au film et les collections documentaires.

Les films constituent le cœur des collections de la Cinémathèque, la priorité allant, autant en matière de conservation qu'en matière de restauration, au cinéma canadien et au cinéma d'animation. La Cinémathèque a, en effet, pour objectif de conserver tous les films québécois et un échantillon important de la production télévisuelle et cinématographique. Elle acquiert des films par dépôt, par don, par achat (lorsque ses budgets le lui permettent, ce qui n'a pas été le cas au cours des dernières années) ainsi que par échange.

Les collections afférentes au film comprennent tous les artefacts qui se rapportent aux œuvres cinématographiques. Elles sont divisées en dix grandes catégories : affiches, animation, appareils, archives, enregistrements sonores, multimédia, objets volumétriques, photographies, publications, scénarios. La Cinémathèque a comme priorité d'acquérir les éléments qui se rapportent aux productions canadiennes et québécoises privées et indépendantes.

Le troisième volet des collections de la Cinémathèque québécoise est constitué des collections documentaires de la médiathèque Guy-L.-Côté. Celle-ci est considérée comme la plus importante du genre en Amérique du Nord et l'une des dix plus importantes au monde, se comparant facilement à des bibliothèques aussi prestigieuses que celles du British Film Institute, de la Cinémathèque française, de l'Academy of Motion Pictures, Arts and Sciences ou du Dansk Filmmuseum.

Le mandat principal de la médiathèque Guy-L.-Côté est d'acquérir tout ce qui se publie en matière de cinéma, sauf les ouvrages techniques, peu importe la langue, le sujet ou le pays d'origine du document. Le mandat concernant la littérature télévisuelle et vidéographique est plus restreint, alors que les politiques d'acquisition et de conservation des documents qui concernent les nouvelles technologies, les jeux vidéo et le multimédia sont actuellement en cours d'élaboration.

La médiathèque représente aussi la porte d'accès aux collections afférentes et aux collections documentaires de la Cinémathèque québécoise. L'ensemble des collections de la Cinémathèque est composé de plus de 41 000 films québécois, canadiens et internationaux de toutes les époques, de 25 000 émissions de télévision, de 28 000 affiches, de 574 000 photos, de 2 000 appareils, de 14 000 scénarios et documents de production, de 41 000 livres, de 3 000 titres de revue et de 125 000 dossiers de presse sur l'ensemble de l'activité cinématographique québécoise, canadienne et internationale ainsi que des objets, des éléments de décor et des costumes.

2.1.6.2 La diffusion

En matière de diffusion, les activités de la Cinémathèque québécoise sont variées : notons d'abord les projections, soit plus de 1 000 séances par année consacrées aux films, aux émissions de télévision et aux bandes vidéo de toutes les époques et de tous les pays, mais aussi les expositions illustrant l'histoire et les grandes tendances du cinéma et de la télévision ainsi que les activités éducatives et conférences préparées à l'intention des groupes scolaires et des publics spécialisés.

Du 1er avril 2000 au 31 mars 2001, 84 136 personnes (spectateurs des projections publiques, visiteurs à des expositions et chercheurs) ont utilisé les services de la Cinémathèque.

2.1.6.3 Les ressources

Au cours de l'exercice 2000-2001, la Cinémathèque québécoise disposait d'un budget de revenus de 3 520 843 $ et comptait 35 employés permanents à temps plein, 26 employés à temps partiel et 3 contractuels.

2.2 LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES

2.2.1 LE MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN

Le ministère du Patrimoine canadien (MPC) est responsable des politiques et des programmes nationaux liés à la diffusion, aux industries culturelles, aux arts, au patrimoine, aux langues officielles, à l'identité canadienne, aux symboles canadiens, aux échanges, au multiculturalisme et au sport.

Sur le chapitre du développement culturel, le Ministère établit le cadre général de soutien à la culture et élabore des politiques sectorielles (Politique de la radiodiffusion canadienne, Politique canadienne du long métrage, Politique canadienne de la musique, etc.). Il exerce une responsabilité partagée (avec le ministère de l'Industrie) en ce qui a trait à la Loi sur le droit d'auteur et à la mise en œuvre des politiques d'Investissement Canada dans le secteur culturel. Il est aussi responsable de la Loi sur le statut de l'artiste qui a pour objet d'assurer le droit d'entrepreneurs indépendants en création de négocier collectivement les modalités d'accords-cadres.

Plusieurs institutions fédérales font partie des composantes du portefeuille du ministère du Patrimoine canadien, notamment dans les secteurs cinématographique et télévisuel : les Archives nationales du Canada (ANC), le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), le Conseil des arts du Canada (CAC), l'Office national du film (ONF), la Société Radio-Canada (SRC) et Téléfilm Canada.

Le MPC, qui gère peu de programmes directement, contribue également au financement d'organismes ou de fonds privés et fixe les objectifs et les modalités d'utilisation des ressources qui leur sont allouées par voie de protocoles d'entente ou d'ententes de contribution. C'est le cas notamment pour le Fonds canadien de télévision (FCT), le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI) ou MusicAction, qui reçoivent également des contributions en provenance du secteur privé (entreprises de radio, de télévision, de télédistribution).

Le MPC abrite le Bureau de certification des productions audiovisuelles canadiennes (BCPAC). Ce dernier est chargé de la reconnaissance du caractère canadien d'une production aux fins de son admissibilité au Programme de crédit d'impôt remboursable (CIR) du gouvernement canadien, et, indirectement, à d'autres programmes (la certification qualifie également une production audiovisuelle comme une émission canadienne en vue du respect des politiques du CRTC).

En outre, le MPC travaille de concert avec la Banque de développement du Canada (BDC) et le Fonds de développement des industries culturelles (FDIC) pour favoriser l'accès des entreprises culturelles canadiennes aux programmes de ces institutions autonomes.

2.2.2 TÉLÉFILM CANADA

Créé en 1967 sous le nom de « Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (SDICC) », Téléfilm Canada est voué au développement et à la promotion de

l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias. Cette société d'État relève de la ministre du Patrimoine canadien.

Téléfilm Canada administre dix-sept fonds et programmes dont le Programme de participation au capital (PPC) du Fonds canadien de télévision (FCT), le Fonds de financement de longs métrages (FFLM), le Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (FADST) et le Fonds d'aide à la distribution des longs métrages (FADLM). Les crédits parlementaires versés annuellement à Téléfilm Canada par le MPC sont principalement liés à ces quatre fonds.

Téléfilm a élaboré au fil des ans une gamme de programmes complémentaires par rapport à ces quatre fonds dont le Programme de partage des revenus de production, le Fonds d'aide aux activités commerciales de production et le Fonds pour le multimédia ainsi que diverses autres formes d'aide, notamment en matière de production et de développement, de marketing et de participation à des marchés de même qu'à des festivals.

Téléfilm a aussi la responsabilité d'administrer les ententes officielles de coproduction signées entre le Canada et des pays partenaires, ainsi que l'allocation des ressources prévues dans les mini traités qui accompagnent certaines de celles-ci.

Son appui financier prend la forme d'investissements, d'avances, de prêts, de cautionnement de prêts et de subventions. Téléfilm partage avec l'industrie les risques et les revenus liés à l'exploitation des produits. Cet organisme peut conserver les revenus autonomes engendrés par ses investissements, prêts et avances et les investit dans des activités de production et de distribution.

En 2000-2001, Téléfilm a reçu 147,9 millions de dollars en crédits parlementaires. Ses débours totaux se sont chiffrés à 171,9 millions de dollars, dont 56 % sont allés au Programme de participation en capital (PPC).

Avec l'adoption de la Politique canadienne du long métrage à l'automne 2000, le financement gouvernemental a connu une augmentation en 2000-2001, puisque des 50 millions de dollars de ressources annuelles additionnelles qui accompagnent cette politique, la majeure partie est administrée par Téléfilm Canada.

2.2.3 L'OFFICE NATIONAL DU FILM

L'Office national du film (ONF), créé en 1939, est une agence gouvernementale relevant du ministre du Patrimoine canadien qui, en vertu de l'article 9 de la Loi sur le cinéma, est chargée de produire et de distribuer des films et d'autres œuvres audiovisuelles destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens ainsi qu'aux autres nations. Outre qu'il est dépositaire d'une grande partie du patrimoine audiovisuel du Canada, cet organisme voit à promouvoir, à distribuer et à rendre accessible au public canadien et étranger la collection intégrale de ses œuvres. C'est également un centre de technologie du cinéma et de la vidéo auquel on doit d'importantes percées techniques en matière de production et de diffusion cinématographiques.

Ce producteur public a la responsabilité de produire dans l'intérêt national et s'impose également comme défis de traiter de sujets souvent difficiles et complexes tout en donnant une voix à des groupes ou communautés que l'on entend peu. L'ONF fait également en sorte qu'un nombre important de films soient produits par et avec de nouveaux talents, en mettant souvent l'accent sur l'utilisation de formes expérimentales.

L'ONF produit en français et en anglais et, pour ce faire, il gère trois programmes : le Programme anglais, production et marketing à l'échelle canadienne; le Programme français, production et marketing également à l'échelle canadienne, ainsi qu'un programme international responsable des activités de mise en marché, de ventes à l'étranger et de participation de l'organisme à des festivals canadiens et étrangers.

Au cours des dernières années, le Programme français a orienté sa production vers le documentaire et l'animation. Ce programme dispose d'une enveloppe annuelle d'environ 10 millions de dollars auxquels s'ajoutent des allocations pour les projets spéciaux et des activités diverses.

Depuis sa création en 1964, ce programme accueille les demandes des jeunes cinéastes. En 1973, l'ONF a mis en place l'Aide artisanale au cinéma et à la formation remplacée, en 1989, par l'Aide au cinéma indépendant (Québec) (ACIQ). Ce programme deviendra, cinq ans plus tard, l'Aide au cinéma indépendant (Canada) (ACIC), ouverte depuis peu à la production documentaire tournée en vidéo par des documentaristes indépendants. L'aide d'appoint réservée aux cinéastes soutient une cinquantaine de productions artisanales par année.

Dans sa planification 1995-2000, l'ONF s'était donné comme objectif de produire 85 films par année, mais le nombre de films annuellement produits est plus important. Ainsi, en 2000-2001, 87 projets actifs ont été entrepris : 53 en documentaire, 24 en animation et 10 en multimédia.

Pour réaliser sa mission, l'ONF mise sur des partenaires des secteurs public et privé en matière de production, en donnant une place de plus en plus grande à la coproduction, et en matière de distribution, au Canada et à l'étranger. L'Office s'associe également à des télédiffuseurs privés et publics, des bibliothèques, des maisons de vente par catalogue, des chaînes de cinémas et de clubs vidéo. Il travaille aussi à l'élaboration d'un programme-cadre de longs métrages documentaires avec la participation de la SODEC, de Téléfilm Canada, un diffuseur traditionnel et des producteurs indépendants.

L'ONF produit en recourant aux talents de cinéastes qui travaillent pour lui mais aussi de cinéastes indépendants issus de toutes les régions du Canada. L'Office possède des installations et des studios de production à Montréal ainsi qu'à Vancouver, à Edmonton, à Winnipeg, à Toronto, à Moncton et à Halifax. Son siège social est établi à Ottawa. À l'étranger, on trouve des bureaux de l'ONF à Londres, à Paris et à New York.

Sur le chapitre de la distribution, l'ONF présente ses productions dans ses propres salles ainsi que dans les cinémas de répertoire, commerciaux et IMAX, outre qu'il les diffuse à la télévision. La distribution non commerciale comprend des prêts de films, des locations, des ventes de

vidéocassettes, des copies de films 16 mm, des produits multimédias ainsi que des ventes de plans d'archives.

2.2.4 LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA

Le Conseil des arts du Canada (CAC) est un organisme autonome créé en 1957 par une loi du Parlement canadien. En vertu de la Loi sur le Conseil des arts du Canada, il a pour objet de favoriser et de promouvoir l'étude et la diffusion des arts ainsi que la production d'œuvres d'art. Pour s'acquitter de ce mandat, il offre une gamme de subventions et de services aux artistes et aux organismes artistiques professionnels canadiens spécialisés en danse, en art interdisciplinaire et en performance, en arts médiatiques, en musique, en théâtre, en arts visuels, ainsi qu'en lettres et en édition. De plus, la Banque d'œuvres d'art du Conseil loue des œuvres d'art canadien contemporain à des organismes des secteurs public et privé partout au Canada. En outre, le CAC assure le secrétariat de la Commission canadienne pour l'UNESCO et administre des programmes de prix et de bourses de recherche ainsi que la Commission du droit de prêt public (paiements aux auteurs de livres canadiens).

Le Conseil admet officiellement comme artistes professionnels ceux qui ont reçu une formation spécialisée dans le domaine, qui sont reconnus par leurs pairs et qui ont déjà présenté des œuvres au public. Les artistes qui reçoivent une subvention du CAC doivent consacrer une partie importante de leur temps à leur programme de travail pendant la durée de leur subvention.

Pour la période allant de 1999 à 2002, le Conseil a décidé d'accorder en priorité son financement aux artistes et aux organismes artistiques autochtones, aux artistes et aux organismes artistiques des diverses communautés culturelles, aux arts pluridisciplinaires, à la promotion internationale, aux festivals, au développement de nouveaux publics et, plus particulièrement, de jeunes publics, aux artistes en début de carrière et à la promotion des arts.

Le Conseil considère comme arts médiatiques les œuvres cinématographiques, vidéo, audio ou nouveaux médias. Sont considérées comme productions indépendantes par le CAC celles sur lesquelles l'artiste conserve le plein contrôle éditorial et créateur. Les subventions ont pour objet de soutenir l'expression artistique des artistes chevronnés ou dits de la relève par l'innovation et l'expérimentation en matière de forme, de contenu ou de technologie dans divers genres.

Plus précisément, le Service des arts médiatiques du CAC offre des subventions :

- de soutien aux artistes du cinéma et de la vidéo, nouveaux venus ou déjà établis;
- de réalisation et de développement créatif aux artistes des nouveaux médias et de l'audio;
- de réalisation et de développement aux artistes autochtones, nouveaux venus ou déjà établis;
- de voyage aux artistes des arts médiatiques pour le développement de leur pratique ou de leur carrière.

Ce service accorde également des subventions aux organismes de production et de diffusion.

De plus, grâce au Programme de promotion de la diffusion, le CAC contribue au développement de nouveaux publics et des marchés.

Le Service des arts visuels du Conseil accorde des subventions de création, de production ou de voyage pour appuyer la recherche et le perfectionnement en théorie, en critique, en analyse et en conservation des arts visuels et des arts médiatiques contemporains.

Enfin, le Secrétariat des arts autochtones du CAC est chargé d'administrer le Programme d'échanges coopératifs entre artistes autochtones, alors que le Bureau Inter-Arts gère le Programme de soutien à l'interdisciplinarité et aux nouvelles pratiques artistiques.

Le montant des subventions aux artistes professionnels de ce secteur varie de 3 000 à 60 000 $ et à plus de 150 000 $ pour les organismes, sans compter les bourses de voyage.

Le CAC reçoit ses fonds du Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien. Outre les crédits parlementaires annuels, le Conseil reçoit les revenus d'une caisse de dotation ainsi que divers dons et legs provenant du secteur privé. En 2000-2001, les crédits parlementaires du CAC s'établissent à 125 millions de dollars. Au 31 mars 2000, la valeur du portefeuille du CAC (capital de dotation) sur les marchés atteignait 291 millions.

En 2000, le Conseil a accordé 5 684 subventions aux artistes et aux organismes artistiques canadiens totalisant 113,8 millions de dollars. La part réservée aux arts médiatiques pour l'ensemble du Canada s'élevait à 8,9 millions comparativement à 9,1 millions en 1998-1999, période pour laquelle le Conseil a versé au Québec environ le tiers de ce montant en subventions précisément dédiées aux artistes et aux organismes travaillant dans le domaine des arts médiatiques.

2.2.5 LE CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES

Créé par le Parlement canadien en 1968, le Conseil de la radio-télévision deviendra en 1976 le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Cet organisme public autonome est chargé d'autoriser, de réglementer et de surveiller les entreprises canadiennes de radiodiffusion et de télécommunications. Le CRTC rend compte au Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien et est régi par la Loi sur la radiodiffusion de 1991 et la Loi sur les télécommunications de 1993.

L'objet fondamental de la Loi sur la radiodiffusion est de faire en sorte que l'ensemble de la population ait accès à une programmation canadienne de grande qualité et largement diversifiée. La Loi sur les télécommunications, quant à elle, veut assurer à tous les Canadiens l'accès à des services de communications novateurs, variés, de haute qualité et concurrentiels au niveau national et international, à un prix abordable.

La Loi sur la radiodiffusion précise que la réglementation et la surveillance du système doivent notamment tenir compte « des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue ».

Depuis septembre 2001, cette loi fait l'objet d'un examen en profondeur de la part du Comité permanent du patrimoine canadien à la Chambre des communes qui juge urgent de déterminer si elle répond encore de façon appropriée aux besoins et aux attentes de l'industrie de la radiodiffusion et de ses acteurs. Le contenu canadien et la diversité culturelle seront au cœur des préoccupations du Comité.

L'action du CRTC prend appui sur la Politique canadienne de la radiodiffusion. De plus, afin de mettre à jour et d'adapter ses actions aux nouvelles réalités du secteur, l'organisme élabore et révise périodiquement des énoncés ou cadres de politique concernant différents champs ou sujets : Politique télévisuelle canadienne, Politique en matière de réseaux de télévision, Politique sur la radiodiffusion à caractère religieux, Politique concernant la radio commerciale, etc.

Le CRTC réglemente plus de 5 900 entreprises de radiodiffusion, incluant tous les types d'entreprises de programmation de radiodiffusion (EPR), dont les stations de radio AM et FM, les télédiffuseurs traditionnels, généralistes et éducatifs, privés et publics, les services de télévision spécialisée, payante, à la carte et de vidéo sur demande, les services sonores payants et tous les types d'entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), dont les câblodistributeurs, les distributeurs par satellite de radiodiffusion directe (SRD) et les opérateurs de systèmes multipoints. Il réglemente aussi une soixantaine d'entreprises de télécommunications, y compris les grandes compagnies de téléphone.

Ses pouvoirs de réglementation comprennent celui d'établir des catégories de licence, d'attribuer, de modifier, de renouveler, de suspendre ou de révoquer toute licence individuelle et d'établir par règlement les modalités et les conditions auxquelles doivent souscrire les titulaires de licence, selon la catégorie à laquelle ils appartiennent.

Le CRTC a aussi le pouvoir d'exempter de l'obligation d'être titulaire d'une licence les catégories d'entreprises dont il juge que leur réglementation n'est pas nécessaire à l'atteinte des objectifs de la Politique canadienne de radiodiffusion. C'est en vertu de ce pouvoir qu'il a décidé, en mai 1999, de ne pas réglementer les nouveaux médias sur Internet.

Dans le secteur de la radiodiffusion, le Conseil a adopté et modifie régulièrement, selon les besoins et l'évolution de l'industrie, cinq grands règlements généraux :

- le Règlement sur la distribution de radiodiffusion;
- le Règlement sur la télédiffusion;
- le Règlement sur la télévision spécialisée;
- le Règlement sur la télévision payante;
- le Règlement sur la radio.

Les obligations générales applicables aux différentes catégories de titulaires sont fixées et déterminées à travers ces règlements, alors que les obligations particulières additionnelles concernant les titulaires individuels sont établies par condition de licence.

Le CRTC a aussi la responsabilité de déterminer les obligations applicables aux entreprises québécoises de programmation de radiodiffusion (EPR) en ce qui a trait notamment au pourcentage de contenu canadien et aux dépenses de programmation (voir la section 7.3.2) ainsi

que celles qui sont destinées aux entreprises de distribution de radiodiffusion (voir la section 2.3.1).

Le Conseil énonce aussi des règles de définition à l'égard du caractère canadien d'une émission et il a le pouvoir d'autoriser ou non la télédistribution au Canada de services étrangers de programmation. Il a également pour mission de s'assurer que les entreprises répondent aux règles de propriété canadienne.

Tous les processus du CRTC sont publics et font l'objet d'appels d'observations ou d'audiences publiques. De plus, il est possible de faire appel de ses décisions auprès du gouverneur en conseil (le Cabinet fédéral), qui peut, le cas échéant, demander au CRTC de réexaminer un cas et de tenir une nouvelle audience. Le gouverneur en conseil peut également donner des instructions au CRTC et celui-ci peut, de sa propre initiative, solliciter des instructions de la part du gouverneur en conseil sur des questions de politique ou de portée générale.

Enfin, dans son plan action 2000-2003, le CRTC s'est donné, en matière de radiodiffusion, les objectifs suivants :

- maximiser le contenu canadien (analogique et numérique);
- encourager l'offre d'un large éventail de services de communication (analogique et numérique);
- encourager l'offre de services de communication qui reflètent les valeurs canadiennes et qui répondent aux besoins des consommateurs.

2.2.6 LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA

La Société Radio-Canada (SRC) est un radiodiffuseur public national ayant pour mandat d'offrir des services de radio et de télévision dans tout le Canada. Cette société est régie par la Loi sur la radiodiffusion et soumise aux règlements du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Elle fait rapport sur ses activités au Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien.

Ce radiodiffuseur public a pour mission de rendre compte de l'actualité, de présenter des émissions qui reflètent les réalités et la diversité canadienne, de soutenir les arts et la culture et de jeter des ponts entre les Canadiens, les régions et les deux communautés linguistiques. Sa programmation doit contribuer à l'atteinte des objectifs de la Politique canadienne de la radiodiffusion.

La SRC est composée de deux réseaux de télévision nationaux de base, entrés en ondes en 1952, soit la Télévision de Radio-Canada, en français, et CBC Television, en anglais. Elle compte aussi quatre réseaux de radio nationaux, soit deux en français, la Radio de Radio-Canada et la Chaîne culturelle FM, et deux en anglais, CBC Radio One et CBC Radio Two.

La SRC comprend également deux réseaux spécialisés de télévision financièrement autonome, le Réseau de l'information (RDI), en français, ainsi que CBC Newsworld, en anglais. En outre, des services de radio et de télévision diffusent dans le Grand Nord et la SRC exploite un service international de radio sur ondes courtes : Radio Canada International.

La Société a fait aussi une percée du côté des nouveaux médias avec la présentation d'une partie de sa programmation sur Internet et l'exploitation du nouveau service audio de 30 chaînes (Galaxie).

Enfin, la SRC s'est associée à de nouveaux partenaires pour exploiter deux services de télévision spécialisés aux États-Unis et, plus récemment, elle a participé à la création d'une chaîne spécialisée à caractère culturel, ARTV, dont le lancement a eu lieu à l'automne 2001.

Le financement de la SRC provient principalement de crédits parlementaires mais aussi de revenus tirés de la vente de publicité sur ses réseaux de télévision et d'abonnements à ses chaînes spécialisées. En 2001-2002, le budget de la SRC s'élevait à 1 433 millions de dollars dont 981 millions proviennent de crédits parlementaires, représentant ainsi 68 % de son financement total. Les dépenses de programmation canadienne du réseau français de télévision et de RDI, la part de celles-ci qui est allouée au secteur indépendant et la ventilation des dépenses du réseau généraliste par catégorie d'émission sont abordées à la section 7.3.2.

2.2.7 LES ARCHIVES NATIONALES DU CANADA

Créées en 1872, les Archives nationales du Canada (ANC) ont pour mission de préserver la mémoire collective de la nation et du gouvernement canadien, de collaborer à la protection des droits et de contribuer à l'enrichissement du sentiment d'identité nationale. Cette institution nationale, placée sous la responsabilité du ministre du Patrimoine canadien, s'acquitte du mandat qui lui est conféré par la Loi sur les Archives nationales du Canada de 1987, en acquérant, en conservant et en rendant accessibles les documents publics et privés d'importance nationale. Les Archives nationales du Canada agissent comme dépositaire permanent des documents des institutions fédérales et des documents ministériels dont elles doivent aussi faciliter la gestion.

Outre les archives gouvernementales, l'organisme conserve des millions de documents de toutes sortes : manuscrits et archives privées, collections d'art documentaire et philatéliques, documents photographiques et audiovisuels, cartes et documents architecturaux.

En ce qui concerne plus particulièrement les documents audiovisuels, les Archives acquièrent et conservent les films et les enregistrements sonores de tous genres, d'importance historique nationale, produits par des ministères, des sociétés cinématographiques et de télédiffusion, des entreprises et des particuliers. Les fonds de documents audiovisuels comprennent plus de 270 000 heures de films, vidéos et enregistrements sonores tirées de documentaires, de séries dramatiques, d'émissions d'actualités et de variétés.

Les Archives nationales du Canada travaillent avec différents partenaires dont la Bibliothèque nationale du Canada, les milieux des archives et la Société Radio-Canada (SRC/CBC) avec laquelle elles ont contribué à la réalisation d'une série documentaire télévisée de 30 heures intitulée : Le Canada: une histoire populaire/Canada: People's History, diffusée à l'automne 2000.

2.3 LES FONDS MIXTES

2.3.1 LE FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION

Le Fonds canadien de télévision (FCT) est un fonds mixte privé/public né de la réunion du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (FDPEC), créé en 1983, et du Fonds de production de câblodistribution (FPC), créé en 1995.

Le FDPEC est devenu le volet « Programme de participation au capital (PPC) » du Fonds canadien de télévision. C'est un programme d'investissement en matière de développement et de production administré par Téléfilm Canada. Ce volet est alimenté exclusivement par des sources publiques.

Quant au FPC, il est devenu le volet « Programme de droits de diffusion (PDD) » du Fonds canadien de télévision. C'est un programme de bonification des droits de diffusion versés par les diffuseurs canadiens pour l'acquisition de productions canadiennes. Ce volet est alimenté par des sources de financement privées (les entreprises de câblodistribution et de diffusion directe par satellite) et publiques (ministère du Patrimoine canadien). Il est sous l'autorité d'un conseil d'administration formé de représentants de l'industrie de la télédistribution, de la radiodiffusion et de la production, ainsi que de représentants du secteur public fédéral.

En créant ce fonds, le CRTC le distingue de plusieurs façons du FDPEC, notamment en établissant que les émissions admissibles peuvent se qualifier, peu importe qu'elles soient produites par des entreprises indépendantes ou par des sociétés affiliées à des diffuseurs privés. Dans tous les cas, les diffuseurs publics ne peuvent y accéder directement ou par des entreprises liées.

Toutefois, au fil des ans, la demande excédant les disponibilités du PDD, les règles ont été complexifiées de façon à juguler et à contrôler la croissance de cette demande, au point où il est maintenant impossible de résumer l'ensemble des variantes qui peuvent influer sur le seuil de droits de diffusion exigé ou le niveau de participation du PDD, selon la catégorie à laquelle une émission appartient, sa langue, sa durée, son budget horaire, la localisation de l'entreprise productrice, sa taille, son statut (affiliée ou non affiliée), la nature et la durée des droits, le type de diffuseur acquéreur, etc.

Au point également où, d'un fonds qui se voulait simple d'utilisation et sans incidence sur les contenus, le volet PDD du FCT est devenu un programme hautement sélectif et combinant une gamme élevée d'exigences et de préalables, dont plusieurs sont relatifs au contenu.

Un des changements majeurs touchant les principes directeurs des deux volets du FCT est le renforcement du caractère canadien des productions qui s'est manifesté de deux façons : premièrement, par la hausse de 8 à 10 points sur 10 des exigences minimales en ce qui a trait aux postes clés de création; deuxièmement, par l'adoption de mécanismes d'évaluation et de pointage

basés sur la « nationalité du contenu », qui privilégient les productions portant sur des sujets, des personnalités, des événements et des lieux « manifestement canadiens[5] ».

2.3.1.1 L'alimentation du Fonds canadien de télévision

Le volet PPC du FCT demeure un programme alimenté exclusivement par des fonds publics. Depuis sa création, une première portion provient du ministère du Patrimoine canadien (nouvelles ressources affectées au FCT), tandis qu'une autre portion provient de Téléfilm Canada, comme l'indique le tableau 2/1.

Tableau 2/1

Sources de financement du FDPEC et du volet PPC du FCT, de 1995-1996 à 1999-2000

Sources	1995-1996		1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
Téléfilm Canada	58,9	100	50,0	56	47,4	39	45,6	44	47,4	47
Patrimoine canadien	-		39,5	44	75,6	61	59,2	56	53,1	53
TOTAL	58,9	100	89,5	100	123,0	100	104,8	100	100,5	100

Note : l'année 1995-1996 est une année de quinze mois (du 21 novembre 1994 au 29 février 1996) et 1996-1997, une année de treize mois (terminé le 31 mars 1997).
Source : rapports annuels du FCT et de ces prédécesseurs (FPC et FTCEP).

De 1995-1996 à 1999-2000, les ressources du volet PPC (ex-FDPEC) ont augmenté de 71 %, provenant essentiellement de l'ajout de ressources par le ministère du Patrimoine canadien.

Tableau 2/2

Sources de financement du volet PDD du FCT, de 1995-1996 à 1999-2000

Sources	1995-1996		1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
Télédistribution*	47,9	100	47,8	53	47,4	53	64,3	60	80,3	62
Patrimoine canadien	-		42,5	47	42,5	47	42,3	40	49,8	38
TOTAL	47,9	100	90,3	100	89,9	100	106,6	100	130,1	100

* Entreprises de l'industrie de la câblodistribution et les services de radiodiffusion directe à domicile.
Note : L'année 1995-1996 est une année de quinze mois (du 21 novembre 1994 au 29 février 1996) et 1996-1997, une année de treize mois (terminé le 31 mars 1997).
Source : rapports annuels du FCT et de ses prédécesseurs (FPC et FTCPEC).

Les ressources du volet PDD (ex-FPC), pour leur part, ont augmenté de 139 % de 1995-1996 à 1999-2000. Une première hausse brusque est survenue en 1996-1997 avec l'intervention du ministère du Patrimoine Canadien. Depuis, la contribution publique demeurant stationnaire, la croissance a été le fait de la hausse des contributions du secteur privé imputables à l'arrivée des services de radiodiffusion directe par satellite (dont la contribution a augmenté à 23 millions de dollars selon le FCT pour l'exercice 2000-2001) et à la hausse des recettes annuelles brutes de

[5] Récemment, le FCT a annoncé certains assouplissements en la matière, en ce qui a trait aux documentaires, mais la tendance générale demeure.

ces EDR, subissant l'influence de l'ajout constant de nouveaux services de programmation spécialisée, payante et à la carte autorisés par le CRTC.

2.3.1.2 Les déboursés totaux du Fonds canadien de télévision et la part allouée au Québec

Au cours des quatre années complètes d'existence du FCT comme fonds mixte privé/public, les débours cumulatifs totaux des deux programmes se sont établis à 782 millions de dollars, soit 196 millions par année en moyenne.

Tableau 2/3

Débours totaux du FCT (volets PPC et PDD) et part des productions québécoises, de 1996-1997 à 1999-2000

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		TOTAL	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
Débours totaux	196,7		177,6		212,6		195,1		782,0	
Part québécoise	76,3	38,8	71,4	40,2	72,0	33,9	72,7	37,3	292,4	37,4
Nombre total d'heures	2 221,0		1 911,5		2 278,0		2 065,0		8 475,5	
Part québécoise	1 507,0	67,9	1 090,0	57,0	1 200,0	52,7	1 063,0	51,5	4 860,0	57,3

Source : Fonds canadien de télévision.

La portion cumulative des débours du Fonds (volets PDD et PPC) allouée à des productions originaires du Québec a été de 292 millions de dollars, ce qui correspond à 37 % des débours totaux. En contrepartie, les entreprises du Québec ont produit 4 860 heures d'émissions qui représentent 57 % des heures totales soutenues par le FCT.

La part plus importante en heures qu'en dollars s'explique notamment par un coût horaire de production traditionnellement moins élevé pour les émissions de langue française qu'anglaise (voir la section 6.2) et une demande plus forte pour les émissions canadiennes en tous genres à la télévision de langue française qu'anglaise (qui accorde beaucoup plus de place aux émissions américaines).

2.3.2 LE FONDS CANADIEN DU FILM ET DE LA VIDÉO INDÉPENDANTS

Le Fonds d'aide à la production non destinée aux salles de cinéma est né en 1988, dans la foulée de la parution du rapport du Groupe de travail sur l'industrie du film non destiné aux salles de cinéma, intitulé : *L'autre industrie du film* et publié en août 1986.

Le nom de l'organisme a été changé en Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI) en 1991; depuis, son mandat a été adapté et se définit aujourd'hui comme suit : « Le FCVI est un organisme national privé sans but lucratif dont la vocation est d'encourager le développement de l'industrie, la création de films, de vidéos et de projets multimédias réalisés par des producteurs indépendants et aptes à encourager une culture permanente du savoir chez les Canadiens. »

À cette fin, le FCFVI soutient la production de « films, vidéos et projets multimédias destinés à la télévision éducative et aux services de télévision spécialisée, à l'entreprise privée, aux établissements d'enseignement, aux bibliothèques, aux établissements de santé, aux groupes communautaires, aux services culturels et sociaux et au marché de la vidéo domestique ».

Comme le volet PDD du FCT, le FCFVI est un fonds mixte qui peut être alimenté de sources privées et publiques, mais, contrairement au volet PDD du FCT, la majeure partie de son financement provient, depuis sa création, de sources publiques (Patrimoine canadien, Téléfilm Canada, Office national du film, etc.).

Certaines entreprises de communications et de radiodiffusion lui confient l'administration de fonds privés indépendants, comme le Fonds nouveaux médias Stentor, le Fonds Fundy Communications Production et Star Choice; le FCFVI tire des honoraires de gestion pour l'administration de ces fonds qui constituent l'essentiel de sa part de financement privé. Bien que le FCFVI soit admissible au titre de fonds de production indépendant, auquel les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) peuvent verser la partie de leur contribution qui n'est pas réservée au FCT, très peu s'en sont prévalus jusqu'à maintenant.

Les débours totaux du FCFVI, la part allouée à des productions québécoises ainsi que le volume global de production soutenu sont abordés à la section 4.3.

En vertu de la Politique canadienne du long métrage entrée en vigueur en 2001, le ministère du Patrimoine canadien a décidé d'accorder un financement stable de 1,8 million de dollars par année au FCFVI.

2.4 LES FONDS PRIVÉS

À part les divers programmes élaborés par les institutions publiques et outre les fonds mixtes, il existe également un nombre significatif de fonds privés.

Parmi ces fonds privés, il y a un certain nombre de fonds de production indépendants, autre que le Fonds canadien de télévision (FCT), créés par des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Un fonds de production indépendant doit être permanent et administré sans lien de dépendance avec ses cotisants et satisfaire aux autres critères établis dans les avis publics pertinents du CRTC pour être admissible aux contributions que les EDR sont tenues d'apporter, par règlement, au financement de la production d'émissions canadiennes.

Au 29 juin 2000, sept fonds de production indépendants étaient reconnus par le CRTC, c'est-

à-dire admissibles aux contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) :

- le Fonds Cogeco de développement d'émissions;
- le Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire;
- le Fonds de financement Rogers pour le réseau par câble;
- le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell;
- le Fonds de télédiffusion Shaw;
- le Fonds du savoir (Vidéotron);
- le Fonds indépendant de production.

D'autres fonds privés ont été créés, généralement à titre de bénéfices tangibles dans le contexte d'une transaction ou à titre d'engagement lors de l'attribution ou du renouvellement d'une licence. Ils sont alimentés par les entreprises de programmation de radiodiffusion (EPR).

En général, les fonds privés peuvent soutenir le développement ou la production d'émissions canadiennes de langue française et de langue anglaise. En pratique, un nombre limité de ces fonds (dont certains en font mention précisément) accueillent les projets de langue française. Par ailleurs, la plupart de ceux-ci interviennent uniquement à l'étape de la production.

Les fonds apportent de l'aide sous forme de subventions, d'investissements, de bourses ou de prêts. Ceux qui sont présentés ici s'adressent aux producteurs canadiens indépendants et offrent une aide à la scénarisation, au développement, à la production ou au « bouclage » d'un devis de production afin qu'une œuvre cinématographique ou télévisuelle canadienne voie le jour.

2.4.1 LES FONDS FOURNISSANT UNIQUEMENT UNE AIDE AU DÉVELOPPEMENT

Le Global Development Fund dispose d'un budget de 1 million de dollars par année. Il accorde des prêts pour l'élaboration d'émissions principalement dramatiques, d'émissions pour enfants, de documentaires et de variétés en anglais et en français.

2.4.2 LES FONDS FOURNISSANT UNE AIDE AU DÉVELOPPEMENT ET À LA PRODUCTION

Le Fonds COGECO de développement d'émissions a pour objet de promouvoir le développement d'émissions dramatiques destinées principalement aux télédiffuseurs du secteur privé, en français ou en anglais. Il contribue, sous forme de prêt, au développement d'émissions pilotes, de miniséries en deux épisodes, de téléfilms et de séries télévisées. Il participe, sous forme d'investissement (1 million de dollars par an), à la production de téléfilms et d'émissions pilotes dramatiques. Il consent également des prêts (200 000 $ par an) aux maisons de production pour le développement d'un ensemble de films de long métrage destinés aux salles. Sa contribution maximale est de 35 000 $ par maison de production pour un ensemble d'au moins trois projets de long métrage. Ce fonds a des bureaux à Montréal et à Toronto.

Le volet de langue anglaise du Fonds Harold Greenberg, créé par TMN – The Movie Network et alimenté par TMN, Viewer's Choice Canada et, jusqu'à tout récemment, par Star Choice Inc.,

existe depuis quinze ans. Ce fonds national participe au développement de scénarios et soutient directement les auteurs par son programme d'aide à la scénarisation parrainé par TMN – The Movie Network.

Quant au volet de langue française de ce fonds, il a été mis sur pied en 1996 au moment où Canal Indigo (télévision à la carte de langue française) a entrepris de financer la production en français de films et d'événements spéciaux par l'entremise du Fonds. Récemment, toujours par l'intermédiaire du Fonds, Astral Media a mis sur pied un programme consacré au financement de documentaires et de programmation musicale de langue française. Le Programme français du Fonds comprend six volets.

Enfin, le *Fonds Harold Greenberg* destiné à soutenir la production cinématographique et télévisuelle de langue française est constitué de deux enveloppes (l'une est financée avec 5 % des recettes brutes de Canal Indigo et l'autre, commanditée par Astral Media, consiste en une enveloppe de 6 millions de dollars à répartir sur sept ans). Pour l'exercice 2000-2001, les fonds disponibles pour investissements se chiffraient à 1 144 500 $.

Tableau 2/4

Soutien du Fonds Harold Greenberg à la production francophone selon le genre d'émissions, 2000-2001

Genre d'émissions	Demandes reçues (Nb)	Demandes soutenues (Nb)
Émission spéciale	2	
Long métrage	15	4
Documentaire	17	11
Émission musicale	1	1
Investissement ($)		1 444 500

Source : Fonds Harold Greenberg

Le Fonds de télévision du Dr Geoffrey R. Conway (Initiative de programmation pour enfants Shaw (SCPI)) dispose d'un budget de 17 millions de dollars pour l'élaboration et la production d'émissions de télévision pour enfants. Une partie de l'aide au développement est accordée sous forme d'avance remboursable au premier jour de tournage et peut atteindre 25 % du devis, jusqu'à concurrence de 30 000 $ par projet. En matière de production, il peut investir jusqu'à 10 % du budget total, et ce jusqu'à concurrence de 200 000 $. Le Fonds consent également des prêts pour le multimédia et des subventions à certains projets spéciaux. Notons que ce fonds n'a pas de représentant pour accueillir les projets francophones.

2.4.3 LES FONDS FOURNISSANT UNE AIDE À LA PRODUCTION

Le Fonds indépendant de production, créé en 1991 sous le nom de « Fonds Maclean Hunter », dispose de 3 millions de dollars par an. Pour y être admissible, il faut posséder une licence de télédiffusion et viser la production de séries dramatiques destinées aux adultes et aux enfants de même que les émissions pilotes et les projets spéciaux mettant en valeur les séries dramatiques. Ce fonds peut participer au capital ou encore accorder un prêt ou une subvention. Il a des bureaux à Montréal et à Toronto.

Tableau 2/5

Engagements du Fonds indépendant de production selon le genre d'émissions, de 1991 à 2000

Genre d'émissions	Projets acceptés (Nb)	Total des investissements ($)
Série de télévision	122	27 213 817
Émission pilote de télévision	17	647 678
Projet spécial	177	2 112 875
TOTAL	318	29 974 370

Source : Fonds indépendant de production.

Pour sa part, le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell dispose de 12 millions de dollars qui devaient être dépensés de septembre 1997 au 31 décembre 2000. La moitié des ressources devaient être affectées aux nouveaux médias. Bell ExpressVu s'est engagé en janvier 2000 à une nouvelle contribution de 2 millions de dollars par an, appelée à augmenter chaque année pour une période indéterminée. Le Fonds Bell a pour objectif d'accroître la production de contenus pour les marchés des nouveaux médias et de la radiodiffusion et d'encourager la création de liens entre ces deux secteurs et la production de contenus interactifs. La subvention maximale accordée à un projet du volet « Nouveaux médias » est de 250 000 $. Ce fonds peut aussi fournir une contribution complémentaire par rapport aux droits de licence du télédiffuseur. La participation du Fonds peut atteindre 50 % de la licence avec un maximum de 75 000 $. Il a des bureaux à Montréal et à Toronto.

Tableau 2/6

Engagements du Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell selon le genre d'émissions, de septembre 1997 à décembre 1999

Genre d'émissions	Projets acceptés (Nb)	Total du financement ($)	(%)
Catégorie			
Nouveaux médias	43	5 349 323	74
Télévision	30	1 864 704	26
Répartition linguistique			
Anglais	32	4 492 143	62
Français	21	2 721 884	38
TOTAL	126	7 214 027	50

Source : rapport d'activité 1999 du Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell.

Le Fonds du savoir (FDS) a été créé par Vidéotron pour favoriser la production d'émissions de télévision éducatives et ludo-éducatives qui utilisent les technologies de l'information et de la communication (TIC) comportant un volet multimédia interactif. Il dispose d'environ 3,5 millions de dollars par an. Une portion de chaque projet soutenu par le FDS doit être diffusée sur Internet. L'aide attribuée est non remboursable et peut atteindre jusqu'à 500 000 $ par projet ou 35 % du budget combiné de la production télévisuelle et multimédia.

Le Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire est destiné à soutenir et à maintenir la tradition d'excellence du cinéma documentaire avec point de vue d'auteur. Ce fonds a été établi en 1996 et injecte 1 million de dollars par an sous forme de subvention. Le financement est en principe distribué pour les deux tiers aux œuvres de langue anglaise et le tiers restant aux œuvres en français. Il est attribué sous forme de financement principal, une fois l'an, pour un montant maximal de 100 000 $ ou 70 % du budget et deux fois l'an sous forme de financement complémentaire pour un montant maximal de 35 000 $ par projet.

Tableau 2/7

Soutien du Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire selon la répartition linguistique, 1996-2000

Répartition linguistique	1996	1997	1998	1999	2000
Français					
Demandes reçues (Nb)	28	15	25	28	57
Demandes acceptées (Nb)	8	10	11	16	10
Montant accordé ($)	189 500	287 045	278 645	464 181	342 500
Anglais					
Demandes reçues (Nb)	111	73	119	160	180
Demandes acceptées (Nb)	22	20	24	22	23
Montant accordé ($)	555 547	652 134	666 045	662 990	674 715
TOTAL	745 047	939 179	944 690	1 127 171	1 017 215

Source : Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire.

Comme on peut le noter, le nombre de projets de documentaires « reçus » a considérablement augmenté en 1999 et en 2000, particulièrement ceux qui sont de langue anglaise. Cela s'explique par le nombre croissant, surtout en anglais mais aussi en français, de documentaires « divertissants », du type portrait ou documentaire dit « descriptif » ou « docu-spectacle ».

De son côté, le Fonds de financement Rogers pour le réseau par câble dispose d'un budget annuel de 4 millions de dollars dirigé vers la production de programmation de réseau de première diffusion de langue anglaise seulement. Son soutien s'exprime par une prise de participation au capital jusqu'à 15 % d'un budget pour un montant maximal de 250 000 $.

Le Fonds de télédiffusion Shaw (Initiative de programmation pour enfants Shaw (SCPI)) dispose d'un budget annuel de plus de 3 millions de dollars pour soutenir des projets par une participation au capital pouvant atteindre 15 % d'un budget pour un montant maximal de 250 000 $. Il soutient également le doublage pour les projets ayant bénéficié d'un investissement Shaw. Ce fonds est essentiellement destiné aux émissions de langue anglaise pour enfants, jeunesse et famille. Il apporte également son aide aux projets spéciaux d'organismes à but non lucratif.

2.4.4 LES FONDS QUI SE CONSACRENT AU FINANCEMENT INTÉRIMAIRE, AUX CRÉDITS D'ANTICIPATION ET AUX PRÊTS PROVISOIRES

Créé en 1980, le Rogers Telefund dispose maintenant d'un capital de 20 millions de dollars (*revolving fund*). Il reçoit essentiellement des demandes en langue anglaise et affecte ses fonds (remboursables) au financement intérimaire et aux prêts provisoires à taux concurrentiels. Les projets sont étudiés individuellement.

La Blackwatch Financière est en activité depuis novembre 2000. Son activité se limite au financement intérimaire (*gap financing* et *bridge lending*) jusqu'à 30 % d'un devis de production.

2.4.5 LES FONDS NON ACCESSIBLES DIRECTEMENT AUX QUÉBÉCOIS

D'autres fonds privés de développement existent au Canada, mais ils ne sont accessibles qu'aux ressortissants des provinces où ils sont implantés (Ontario, Nouveau-Brunswick, Saskatchewan, Alberta, Nouvelle-Écosse). Au fil des ans, quelques projets ont été développés et coproduits avec des créateurs et des producteurs du Québec.

Enfin, soulignons que de 1983 à 2000 les institutions financières, et tout particulièrement les banques et les sociétés à capital de risque, ont modifié leur approche à l'égard du secteur du cinéma et de la production télévisuelle. De nombreuses institutions accueillent désormais les sociétés de production de films et d'audiovisuel et consentent des prêts ou acceptent d'investir dans le développement de projets et le développement des entreprises de production québécoises.

D'autres fonds destinés à soutenir la création ou le développement de projets sont décrits aux sections 3.1.3 et 3.2.4.

3 LA CRÉATION

3.1 LE SOUTIEN DIRECT AUX CRÉATEURS

Nous présentons ci-dessous les mesures législatives et fiscales ainsi que les programmes qui s'adressent directement aux créateurs.

3.1.1 LA RECONNAISSANCE DU STATUT D'ARTISTE

En 1987 et en 1988 respectivement, le Québec a adopté la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma et la Loi sur le statut professionnel des artistes en arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs.

Ces deux interventions législatives permettent la reconnaissance du statut d'artiste professionnel, affirment le droit d'association des artistes, établissent le droit et les normes de reconnaissance d'une association d'artistes et édictent des règles concernant les relations avec les associations de producteurs ou les diffuseurs, par voie de convention collective ou de contrat individuel.

Ces deux lois ont eu une incidence aussi bien sur la reconnaissance des artistes professionnels que sur leurs conditions de travail et leur rémunération. Il en découle également des bénéfices fiscaux. Ceux-ci sont abordés à la section 4.

Il existe aussi une loi fédérale sur le statut de l'artiste dont les objectifs sont identiques.

3.1.2 L'AIDE FISCALE AUX ARTISTES (DROITS D'AUTEUR)

Au Québec, la Loi sur les impôts accorde une déduction fiscale relative au revenu d'un particulier provenant de droits d'auteur.

L'article 726.26 de la Loi sur les impôts énonce ceci :

> Un particulier qui est, dans une année d'imposition, un artiste professionnel, au sens de la Loi sur le statut professionnel des artistes en arts visuels, des métiers d'arts, de la littérature et sur les contrats avec les diffuseurs (L.R.Q. c. S-32.01) ou un artiste, au sens de la Loi sur le statut professionnel des artistes de la scène, du disque et du cinéma (L.R.Q., c. S-32.1), peut déduire, dans le calcul de son revenu imposable pour l'année d'imposition, le moindre des montants suivants :
>
> a) son revenu provenant de droits d'auteur pour l'année;
>
> b) l'excédent de 15 000 $ sur un montant égal à 1,5 fois l'excédent de son revenu provenant de droits d'auteur pour l'année sur 20 000 $.

Donc, les auteurs, scénaristes, réalisateurs, compositeurs et autres artistes visés qui touchent des droits d'auteur peuvent bénéficier d'une exemption fiscale complète sur leurs revenus de droits d'auteur s'ils n'excèdent pas 15 000 $; s'ils se situent entre 15 000 et 20 000 $, ils ont droit à une exemption de 15 000; s'ils excèdent 20 000 $, chaque dollar de revenus au-delà de ce montant réduit l'exemption de 1,50 $.

Ce congé fiscal constitue une forme d'encouragement à la création et de soutien financier aux créateurs qui perçoivent des droits d'auteur.

3.1.3 L'AIDE FINANCIÈRE DIRECTE

Au Québec, deux organismes accordent de l'aide financière directe aux créateurs du secteur des arts médiatiques (cinéma, vidéo, télévision, multimédia): la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ). Les deux organismes collaborent en vue de mieux délimiter leurs mandats respectifs et d'éviter les chevauchements de leurs programmes. Cette volonté a été réaffirmée par la signature, le 6 juillet 2001, du Protocole d'entente sur l'arrimage des programmes et des interventions du CALQ et de la SODEC, qui prévoit la mise en place d'une procédure de consultations et d'échange des réguliers.

Les créateurs québécois ont aussi accès aux programmes du Conseil des arts du Canada (CAC), de certains fonds privés et, de nouveau depuis peu, de Téléfilm Canada.

3.1.3.1 La Société de développement des entreprises culturelles

Le Programme d'aide à la scénarisation de la SODEC comporte le volet « Aide sélective aux scénaristes et aux scénaristes-réalisateurs ». Depuis 1996-1997, ce programme a soutenu 91 projets présentés par des créateurs, pour des débours totaux de 921 000 $.

Tableau 3/1
Projets soutenus dans le Programme d'aide sélective aux scénaristes et aux scénaristes-réalisateurs de la SODEC, de 1996-1997 à 1999-2000

1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
29	293,6	22	218,5	14	154,6	26	254,2

Source : rapports d'activité de la SODEC.

L'aide est accordée sous forme d'investissement, remboursable au premier jour de tournage si la SODEC ne participe pas au financement de la production, intégré à l'investissement à la production si elle y participe. Ce programme s'applique au projet d'œuvre unique, dramatique ou documentaire, pour le cinéma et la télévision.

Le montant d'aide accordé par projet varie de 3 000 à 15 000 $ et se situe en moyenne à 10 120 $. Au cours des deux dernières années, 72 demandes ont été déposées (29 en 1998-1999 et 43 en 1999-2000) dont 40 ont été acceptées (14 en 1998-1999 et 26 en 1999-2000), soit un taux d'acceptation de 56 %.

Les créateurs peuvent aussi accéder directement (ou par leur propre entreprise) au volet « Aide à la recherche et à l'écriture de sypnosis » (1996-1997), renommé « Aide à la scénarisation » (à compter de 1997-1998) du Programme d'aide aux jeunes créateurs. Depuis 1996-1997, 157 projets présentés en majorité par des créateurs ont été soutenus à travers ces deux volets, pour des débours totaux de 925 000 $.

Tableau 3/2
Programme d'aide à la scénarisation (Jeunes créateurs)
de la SODEC, de 1996-1997 à 1999-2000

1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
28	141,8	38	290,5	50	295,4	41	197,1

Source : rapports d'activité de la SODEC.

L'aide est accordée sous forme d'investissement, remboursable au premier jour de tournage si la SODEC ne participe pas au financement de la production, intégré à l'investissement à la production si elle y participe. Le programme s'adresse aux jeunes scénaristes et réalisateurs âgés de 18 à 35 ans et s'applique prioritairement au projet d'œuvre unique, dramatique ou documentaire, pour le cinéma et la télévision, de divers formats (court, moyen ou long métrage).

Le montant d'aide moyen a été de 5 900 $ par projet. Au cours des trois dernières années, selon les données fournies par la SODEC, le taux d'acceptation moyen a été de 31 %, 129 projets étant acceptés sur 422 demandes.

3.1.3.2 Le Conseil des arts et des lettres du Québec

Le Conseil des arts et des lettres du Québec, par l'intermédiaire d'un programme de bourses, auquel les artistes professionnels et les collectifs d'artistes professionnels à l'œuvre dans les domaines du cinéma, de la vidéo et des nouveaux médias sont admissibles, soutient l'ensemble des étapes de la réalisation d'un film indépendant (scénarisation, réalisation, production, postproduction) et vise les œuvres de fiction, documentaires, expérimentales et d'animation, à caractère narratif ou conceptuel intégrant les nouvelles technologies de la communication.

Le volet « Recherche et création » a pour objet de soutenir financièrement la recherche et la création d'œuvres en permettant aux artistes de réaliser des projets qui favoriseront l'évolution de leur démarche artistique. Sont admissibles à ce volet les artistes et les collectifs d'artistes dont le projet correspond à la définition de « production indépendante ». L'artiste ou chaque membre du collectif doit démontrer de quelle façon son projet s'inscrit dans sa démarche artistique, et en quoi sa réalisation a des effets sur l'ensemble de son œuvre et de sa carrière. Le montant maximal accordé est de 35 000 $ par bourse. Les projets admissibles sont : les projets de création, incluant la recherche préliminaire, le développement d'un synopsis, l'écriture ou la réécriture d'un scénario et les expérimentations techniques; la réalisation d'œuvres, incluant la préproduction (repérage, essais d'effets spéciaux et de sonorisation, distribution des rôles et répétitions), le tournage et le montage; la création d'œuvres de fiction, de documentaires, expérimentales et d'animation pour le cinéma et la vidéo; et, pour les nouveaux médias, les œuvres à caractère narratif ou conceptuel intégrant les nouvelles technologies de la communication.

Tableau 3/3
Bourses aux artistes (soutien à la création) accordées dans le domaine des arts médiatiques versées par le CALQ, de 1996-1997 à 1999-2000

1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
43	447,1	70	486,7	75	779,5	96	944,5

Source : compilations spéciales du CALQ.

3.1.3.3 Le Conseil des arts du Canada

Le Conseil des arts du Canada (CAC) administre le Programme des arts médiatiques destiné à « subventionner les artistes indépendants qui utilisent des formes d'arts médiatiques comme moyen d'expression créatrice » en matière de cinéma, de vidéo, de nouveaux médias et d'audio. Le CAC définit la production indépendante comme suit : « un projet ou programme de travail conçu par l'artiste qui en constitue l'élément moteur et qui assure le plein contrôle éditorial et créatif de son œuvre ».

Les programmes Subventions de développement créatif et Subventions de réalisation s'adressent aux artistes établis du cinéma et de la vidéo et sont destinés au renouvellement créatif, à l'expérimentation, au perfectionnement ainsi qu'à la recherche et à la scénarisation. Le soutien à la réalisation englobe les frais directs de réalisation et de postproduction d'une œuvre cinématographique ou vidéo indépendante signée soit par un artiste chevronné, soit par un artiste en début de carrière. Sont admissibles les genres suivants : animation, documentaire, dramatique, œuvre expérimentale et installation.

Le programme Subvention de résidences en recherche aide les artistes à entreprendre un programme de travail qui contribue à l'avancement de leur développement créateur. Les activités admissibles sont l'expérimentation d'outils et de technologies, la recherche et l'élaboration de concepts, de projets, d'idées ainsi que la collaboration avec des programmateurs, des ingénieurs, des techniciens ou d'autres experts-conseils. Pour sa part, le programme Subvention de résidences en réalisation est dédié aux activités mentionnées plus haut et englobe le coût direct de réalisation d'œuvres en matière de nouveaux médias (nouvelles technologies comme les réseaux, les télécommunications, le multimédia de même que les installations et les performances qui intègrent les nouvelles technologies de la communication).

3.1.3.4 Téléfilm Canada

Téléfilm Canada a administré le programme Aide à l'écriture libre de 1990-1991 à 1994-1995 inclusivement, s'adressant directement aux scénaristes et aux scénaristes-réalisateurs de longs métrages de fiction, auquel il a consacré environ 800 000 $ sur cinq ans, dont 375 000 (47 %) à des scénarios de langue française. Compte tenu des faibles résultats obtenus, il a mis fin à ce programme.

Par ailleurs, à la suite de l'adoption de la Politique canadienne du long métrage, Téléfilm a annoncé son intention d'instaurer le Programme d'aide à l'écriture de scénario s'adressant directement aux créateurs, qui sera doté de crédits annuels de 2,3 millions de dollars, dont le tiers environ pour des projets de langue française.

3.1.3.5 Les fonds privés

Au Canada et au Québec, la plupart des fonds privés de financement ou de subventions destinés au développement ne sont accessibles qu'aux maisons de production. Les créateurs et les scénaristes peuvent toutefois s'adresser directement aux suivants :

1) Bravo! FACT offre son soutien sous forme de bourses d'un maximum de 25 000 $ aux créateurs ou aux producteurs de courts métrages ou de vidéoclips traitant de thèmes artistiques : arts visuels, littérature, musique ou danse, de 6 minutes ou moins;

2) La Fondation Daniel Langlois offre des subventions de recherche et de développement aux organismes artistiques à but non lucratif, aux artistes dans le domaine des arts et des nouvelles technologies ainsi qu'aux scientifiques travaillant en collaboration avec un ou des artistes. La Fondation n'a établi aucune limite. Notons toutefois que la moyenne des subventions accordées est d'environ 50 000 $. Il n'y a qu'un appel de projets par an;

3) MaxFACT et VidéoFACT offrent des bourses ne dépassant pas 15 000 $ aux créateurs, aux artistes et aux producteurs québécois et canadiens de vidéoclips de musique en tous genres;

4) Le National Screen Institute (NSI), programme de développement professionnel destiné aux nouveaux auteurs de films, metteurs en scène, écrivains, scénaristes et producteurs, offre annuellement six bourses de 6 000 $ chacune, assorties de 5 500 $ en commandites de services, pour créer six films de 10 minutes;

5) Le Fonds Greenberg offre un programme de financement de scénarios (avances sans intérêt ou subventions) aux scénaristes pour l'écriture de scénarios de long métrage de langue anglaise. Le maximum accordé (selon l'une des quatre étapes définies dans le programme de développement) varie de 18 000 à 50 000 $. Toutefois, sans lettre d'engagement d'un producteur indépendant du projet, le maximum accessible au scénariste ne peut dépasser 18 000 $.

3.2 L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT

Au-delà des mesures et des programmes qui s'adressent directement aux créateurs, il est difficile de départager aide à la création et aide à la production.

Pour qu'une œuvre audiovisuelle existe, pour qu'une création audiovisuelle s'exerce, un projet doit être porté de l'idéation à la copie finale : il faut qu'il soit conçu, scénarisé, financé, produit et réalisé. En ce sens, toutes les formes d'aide au développement et à la production, financières et fiscales, versées aux individus et aux entreprises, de manière automatique et sélective, sont des mesures d'aide à la création dans le sens où elles concourent à ce qu'une œuvre audiovisuelle soit créée.

Puisque la question de l'aide au financement de la production sera abordée à la section 4, et que les données que nous examinerons alors s'appliqueront aux œuvres audiovisuelles effectivement réalisées et menées à terme, nous avons choisi de traiter ici l'aide au développement (incluant l'aide aux projets qui ne voient jamais le jour).

Comme nous avons précédemment parlé des programmes d'aide à la scénarisation qui s'adressent directement aux créateurs, la section 3.2.1 sera consacrée à l'aide au développement versée aux entreprises de production, privées ou indépendantes. Soulignons cependant que, selon des données récentes[6], 85 % des dépenses de développement des longs métrages québécois de langue française sont versées aux créateurs soit en acquisition de droits (7,5 %), soit en cachets de scénaristes (77,5 %).

3.2.1 LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES

Le Programme d'aide à la scénarisation de la SODEC comporte, outre le volet « Aide sélective aux scénaristes et aux scénaristes-réalisateurs » abordé plus haut, trois volets d'aide au développement, auxquels seules les entreprises de production du secteur privé ou indépendant ont accès.

Au cours des quatre dernières années, la SODEC a investi un peu plus de 4 millions de dollars dans ces trois volets du Programme d'aide à la scénarisation, dont la majeure partie (70 %) dans le volet « Aide sélective aux entreprises du secteur privé », les deux autres volets se partageant le solde en parts égales (15 % chacun). Notons cependant que le volet d'aide aux entreprises n'existe que depuis deux ans.

Le volet « Aide sélective aux entreprises du secteur privé » supporte les scénarios de films et de productions télévisuelles et contribue prioritairement aux frais directement liés à l'écriture. L'aide accordée représente généralement 25 % des frais admissibles, jusqu'à concurrence de 25 000 $ pour l'ensemble de la scénarisation d'un projet. En moyenne, l'aide accordée aux 269 projets soutenus a été d'environ 10 700 $ par projet.

---

6 APFTQ. *La production indépendante, une composante essentielle de la diversité culturelle, troisième problématique : développement, financement, production et mise en marché des longs métrages*, juin 2000, p. 27. Cette moyenne a été établie à partir des rapports de coût vérifié des quinze longs métrages de langue française financés en 1997-1998.

Tableau 3/4
Programmes d'aide à la scénarisation de la SODEC
(entreprises du secteur privé et indépendant),
de 1996-1997 à 1999-2000

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
Volets	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
Aide sélective (secteur privé)	42	497	66	682	77	827	84	870
Aide corporative (secteur privé)	-	-	-	-	5	375	3	225
Aide sélective (secteur indépendant)	9	79	20	140	20	179	24	217
Total		576		822		1 381		1 313

Source : rapports d'activité de la SODEC.

Le volet « Aide sélective aux entreprises du secteur indépendant » supporte des scénarios de films et de productions télévisuelles et contribue prioritairement aux frais directement liés à l'écriture. L'aide accordée peut atteindre 50 % des frais admissibles, jusqu'à concurrence de 15 000 $ (œuvre unique) ou 20 000 $ (série et minisérie) pour l'ensemble de la scénarisation d'un projet. En moyenne, de 1996-1997 à 1999-2000, l'aide accordée aux 73 projets soutenus a été d'environ 8 400 $ par projet.

Une production « indépendante » est ici définie comme « une production où le créateur jouit non seulement d'un contrôle créatif complet, mais également et principalement d'une indépendance éditoriale dans la production qui fait généralement abstraction des contraintes normalement liées à la distribution et à l'exploitation commerciale des œuvres. Très souvent le créateur agit à plusieurs titres: scénariste, réalisateur et même producteur. »

Dans les deux cas, l'aide prend la forme d'un investissement, remboursable, le cas échéant, au premier jour de tournage si la SODEC ne participe pas au financement de la production, intégré à l'investissement à la production si elle y participe.

Le volet « Aide sélective aux entreprises du secteur privé » a notamment pour objet d'aider à consolider les entreprises très actives dans le secteur de la production de longs métrages, qui doivent satisfaire à des critères relatifs au nombre et à la nature des longs métrages de fiction québécois destinés aux salles qu'elles ont produits au cours des cinq dernières années pour être admissibles. Elles doivent également soumettre un plan de développement sur deux ans, répondant à certaines exigences en matière de recours à de jeunes créateurs et d'adaptation d'œuvres littéraires. Le nombre d'entreprises admissibles annuellement est établi par la SODEC. Au terme de trois ans, une évaluation est effectuée par la SODEC pour déterminer si l'entreprise maintient son admissibilité à ce volet.

3.2.2 TÉLÉFILM CANADA

Téléfilm Canada administre des programmes d'aide au développement dans le secteur du cinéma et de la télévision. Au total (cinéma et télévision, version originale française/version originale anglaise/version originale de langue autochtone), durant les quatre dernières années, Téléfilm a investi près de 19 millions de dollars en développement, soit 6 millions du côté du cinéma et 13 millions en ce qui a trait à la télévision.

Tableau 3/5
Programmes d'aide au développement de Téléfilm Canada, de 1996-1997 à 1999-2000

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
Volets	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
Cinéma								
Version originale française	16	503	19	446	26	416	28	520
Version originale anglaise	65	1 056	81	1 274	59	874	74	1 036
Télévision								
Version originale française	38	1 035	61	1 317	61	1 468	59	1 417
Version originale anglaise	84	1 353	90	1 761	114	1 872	144	2 366
Version originale de langue autochtone			3	35	5	65	1	21

Source : rapports annuels de TFC.

Au total, environ 7 millions de dollars (38 %) ont été versés pour des productions de langue française, soit 2 millions pour le cinéma et 5 millions pour la télévision.

En tout, plus de 1 000 projets ont été soutenus, soit 300 en matière de cinéma et 700 concernant la télévision. Près de 90 projets de longs métrages de langue française ont reçu, en moyenne, une aide d'environ 22 000 $ chacun; environ 220 projets d'émissions ou de séries télévisuelles de langue française ont été soutenus et ils ont reçu en moyenne 24 000 $ chacun.

Notons que Téléfilm Canada continue également d'administrer le Fonds régulier (hérité de la SDICC) qui peut théoriquement fournir de l'aide au développement et à la production à différents types de projets non admissibles au FFLM ou au PPC. En 1999-2000, un montant de 0,4 million de dollars a été affecté à ce fonds; toutefois, les rapports annuels ne permettent pas de ventiler ce montant entre aide au développement et à la production.

3.2.3 LA CONTRIBUTION DES DIFFUSEURS

Les télédiffuseurs consacrent aussi une partie de leurs dépenses de programmation canadienne au développement de nouvelles émissions. Le tableau 3/6 fournit quelques indications sur l'ampleur des dépenses de ce type pour certains diffuseurs ou catégories de diffuseurs, soit le réseau français de la SRC, Télé-Québec, les stations de télévision privées ainsi que la télévision spécialisée et payante de langue française.

Tableau 3/6
Dépenses de développement
de certains télédiffuseurs de langue française,
de 1996-1997 à 1999-2000

Télédiffuseur	1996-1997 (000 $)	1997-1998 (000 $)	1998-1999 (000 $)	1999-2000 (000 $)
SRC (FR)	614	865	798	748
Télé-Québec	nd	nd	237	328
Télévision spécialisée (français)*	529	549	577	929
Télévision payante (français)	264	272	280	302
Télévision privée	447	466	419	116

* Météomédia / The Weather Network et Télétoon / Teletoon exclus.
Source : renouvellement de licence de la SRC, données financières; CRTC, Télévision payante et d'émissions spécialisées, relevés statistiques et financiers (avec amortissement).

Notons que, pour se qualifier au titre de dépenses de développement, les débours en question doivent être affectés à des projets qui, à l'étape du développement, ne bénéficient pas d'emblée d'une diffusion assurée. Autrement dit, il doit y avoir une notion de risque.

Au cours des trois dernières années disponibles, le réseau français de la SRC a affecté environ 2,3 millions de dollars aux dépenses de développement d'émissions canadiennes (un peu moins de 800 000 $ par année), alors que l'ensemble des services de télévision spécialisée et payante de langue française leur ont consacré près de 2,5 millions de dollars (un peu plus de 800 000 $ par année).

On peut présumer que l'essentiel des dépenses de développement de la télévision payante (0,8 million de dollars) est allé au développement de longs métrages de fiction, alors que l'essentiel des dépenses de développement de la SRC et de la télévision spécialisée (3,9 millions de dollars) a été consacré au développement d'émissions de télévision (généralement dans les genres suivants : dramatiques, enfants, documentaires et variétés).

3.2.4 LES FONDS PRIVÉS

Parmi les fonds de production privés décrits à la section 2.4, les fonds suivants accordent de l'aide au développement.

Le Fonds COGECO de développement d'émissions (200 000 $ par an) a pour objet de promouvoir le développement et la production d'émissions dramatiques destinées principalement aux télédiffuseurs du secteur privé, en français ou en anglais. L'aide au développement d'émissions pilotes, de miniséries en deux épisodes, de téléfilms et de séries télévisées se fait sous forme de prêts. Des prêts sont également consentis aux maisons de production (200 000 $ par an) pour le développement d'un ensemble de films de long métrage destinés aux salles (maximum de 35 000 $ par maison de production pour un ensemble d'au moins trois projets de long métrage).

Depuis sa création, le Fonds Cogeco a accordé en avances au développement 1 556 646 $. En août 2000, 33,62 % du montant total des avances avait été remboursé, soit 523 400 $. Le total des projets en développement financés s'élève à 161 et, de ce nombre 27,95 % des projets ayant bénéficié d'une avance ont été portés à l'écran.

Le Fonds Harold Greenberg, créé par TMN – The Movie Network et alimenté par TMN, Viewer's Choice Canada et, jusqu'à tout récemment, par Star Choice Inc., existe depuis quize ans. Cet organisme participe au développement de scénarios et alloue des fonds directement aux auteurs par le Programme d'aide à la scénarisation parrainé par TMN – The Movie Network, dont le volet 1 prévoit un maximum de 100 000 $ pour le développement de scénarios de langue anglaise et 350 000 $ au maximum par projet.

En 1999-2000, les débours ont été engagés de la façon suivante : 22 % à la première ébauche du scénario, 51 % à la deuxième, 21 % à la version finale et 6 % aux projets à l'étape de la préproduction pour un total de 1 million de dollars en matière de scénarisation.

Ce fonds a reçu 330 demandes et financé 81 projets, dont 5 à l'étape de la préproduction. Depuis 1986, il a soutenu 1 190 projets de langue anglaise. En ce qui concerne la production, en 1999-2000, ce fonds a reçu 17 demandes en vue de la production de films de long métrage : 4 ont été financés pour un total de 430 000 $.

L'Initiative de programmation pour enfants Shaw (SCPI) (Fonds de télévision du Dr Geoffrey R. Conway) (enfants d'âge préscolaire) dispose d'un budget global de 17 millions de dollars pour l'ensemble de ses activités. L'aide au développement se fait sous forme d'avance remboursable au premier jour de tournage (25 % jusqu'à concurrence de 30 000 $ par projet). Ce fonds n'a pas de représentant pour accueillir les projets francophones.

Le Global Development Fund dispose d'un budget de 1 million de dollars par année destiné au développement (en anglais et en français) d'émissions principalement dramatiques, d'émissions pour enfants, de documentaires et de variétés. Le soutien financier se pratique sous forme de prêts.

Enfin, bien qu'il ne s'agisse pas d'un fonds privé, mentionnons que l'Agence canadienne de développement international (ACDI) est également une source de fonds de développement. Cette agence pratique des investissements remboursables de 5 000 à 250 000 $ ou jusqu'à concurrence de 50 % du budget. Elle publie un appel d'offres une fois l'an pour des projets de films ou de vidéos mais toutefois sur des thèmes très précis, par exemple, les relations Nord-Sud.

4 LA PRODUCTION/LE FINANCEMENT

Les renseignements présentés dans ce chapitre portent sur le financement de la production cinématographique et télévisuelle privée. Ils sont le fruit de compilations faites à partir d'éléments des devis de chacune des productions qui ont fait appel au programme de crédits d'impôt du Québec, de 1991-1992 à 1999-2000, et qui ont obtenu de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) une décision préalable favorable émise en vertu du *Règlement sur la reconnaissance d'un film comme film québécois*, aux fins de l'application du régime de crédits d'impôt remboursables. De plus, les données fournies sont compilées à partir de la date d'émission de la décision préalable favorable, date qui ne correspond pas nécessairement à celle du tournage de la production.

Les données relatives au financement des productions des sociétés d'État, telles que la Société Radio-Canada et Télé-Québec, ainsi que des télédiffuseurs privés, tels que TVA et Télévision Quatre-Saisons, sont exclues jusqu'en juin 1998 où les filiales de production des télédiffuseurs ont été admises au crédit d'impôt, pour un volume de production maximal de 20 millions de dollars. À cela s'est ajouté, en juillet 1999, un élargissement de l'admissibilité des filiales de production des télédiffuseurs pour les productions de fiction destinées aux marchés d'exportation, conditionnel à ce que la production ne soit pas diffusée au Québec pendant les trois années suivant sa production.

4.1 LE CINÉMA

4.1.1 LA PRODUCTION

4.1.1.1 Le volume de production (nombre de films)

De 1991-1992 à 1999-2000, en neuf ans donc, 230 longs métrages québécois de fiction destinés aux salles de cinéma ont bénéficié du programme de crédit d'impôt québécois, soit environ 26 par année en moyenne. Sur une base annuelle, l'évolution est la suivante :

Tableau 4/1
Volume de production de longs métrages de fiction
destinés aux salles de cinéma admissibles au CIR québécois
1991-1992/1999-2000

1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000
20	17	18	15	28	30	43	24	35
55/moyenne annuelle 18			73/moyenne annuelle 24			102/moyenne annuelle 34		

Source : SODEC, compilation spéciale.

Pour mieux cerner les tendances, réduire les incidences des fluctuations annuelles et atténuer les problèmes liés à la confidentialité des données, nous avons divisé la période de référence en trois sous-périodes de trois ans. En fonction de ce découpage, le volume de titres augmente constamment au cours de la décennie : il passe de 55 entre 1992 et 1994 (moyenne de 18 par année), à 73 entre 1995 et 1997 (moyenne de 24 par année), et à 102 entre 1998 et 2000 (moyenne de 34 par année).

– *Selon la langue originale de tournage*

Si l'on distribue ces 230 films en fonction de la langue originale de tournage, on constate que 127 longs métrages de fiction de **langue originale française** ont été produits, soit 14 par année en moyenne.

En ce qui a trait à l'évolution au cours des trois sous-périodes, elle est davantage en dents de scie. Le nombre de longs métrages de langue originale française produits annuellement passe de 13 en moyenne entre 1992 et 1994 à 11 entre 1995 et 1997, puis grimpe à 18 entre 1998 et 2000. Différents facteurs ont pu contribuer à l'augmentation sensible du volume de production annuelle au cours des trois dernières années par rapport aux années antérieures.

Tableau 4/2
Volume de production de longs métrages de fiction québécois
par langue originale de tournage
(1991-1992/1999-2000)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
Version originale française	39	34	54	127
Version originale anglaise	15	34	47	96
Version originale autres				7
TOTAL				230

Source : SODEC, compilation spéciale.
VOautres comprend les films en langues autres que le français et l'anglais, ainsi que les doubles tournages (français et anglais, français et autre langue, anglais et autre langue).

D'une part, il y a eu un accroissement des ressources financières publiques allouées à la production de longs métrages en provenance de trois sources, soit, par ordre chronologique : l'allocation de 7,5 millions de dollars, à même les déboursés du volet PDD du Fonds canadien de télévision, pour le soutien à la production de longs métrages (ensemble du Canada) à compter de 1996-1997; la bonification du taux du CIR québécois pour les longs métrages de langue française, annoncée en 1997, et l'ajout de crédits additionnels de 8 millions de dollars à la SODEC, annoncé en juin 1998.

D'autre part, on peut dire que le succès entraîne le succès et que la réussite commerciale exceptionnelle de certains films québécois — *Les Boys 1* et *2*, *Elvis Gratton 2* (*Miracle à Memphis*), *C't'a ton tour Laura Cadieux*, *La Vie après l'amour*... —, à compter de 1997, ainsi que l'accueil très positif reçu dans les festivals internationaux et auprès du public cinéphile, québécois et étranger, par *Emporte-moi*, *Un 32 août sur terre*, *Post Mortem*, *Maelström*... ont créé un climat de confiance propice à stimuler la production de longs métrages de langue française.

En ce qui a trait à la production de longs métrages québécois de **langue originale anglaise**, on constate que son volume annuel est en progression constante; il passe de 5 films en moyenne entre 1992 et 1994, à 11 entre 1995 et 1997, et à 16 entre 1998 et 2000. Il a donc plus que triplé entre la première et la dernière partie de la période de référence.

En termes de répartition linguistique, on constate que la répartition entre longs métrages québécois s'établit comme suit : 28 % ANG/72 % FR au début de la période; 50 % ANG/50 % FR au milieu de la période; 47 % ANG/53 % FR à la fin de la période.

Notons que si on peut présumer que tous les longs métrages de fiction de langue originale française produits au Québec bénéficient du CIR québécois, on ne peut en dire autant des longs métrages de fiction de langue originale anglaise : au tout début du CIR québécois, il est vraisemblable de penser que certains longs métrages en VOA ont sans doute profité de la clause grand-père leur permettant de continuer d'utiliser le programme de DPA (Déduction pour amortissement) plutôt que de demander le CIR (ce qui expliquerait le nombre et le pourcentage anormalement bas de films en VOA au cours de la période 1992-1994)[8]. Par ailleurs, certains films en VOA produits au Québec peuvent se qualifier comme production canadienne sans pour autant se qualifier comme production québécoise; ils ne sont donc pas comptabilisés dans le corpus des films admissibles au CIR québécois.

Il y a eu au cours de la période sept films produits dans **d'autres langues que le français ou l'anglais ou en plus d'une langue originale (double tournage)**.

– Entièrement québécois ou coproduction intracanadienne/coproduction internationale

On peut distinguer trois structures de production selon les partenaires concernés : les films entièrement québécois, les coproductions intracanadiennes et les coproductions internationales. Pour des raisons de confidentialité, nous avons dû amalgamer les productions entièrement québécoises et les coproductions intracanadiennes. Mentionnons pour mémoire que sur les 171 films qui résultent de cet amalgame, 160 étaient des productions entièrement québécoises et 11 des coproductions entre des producteurs du Québec et d'autres provinces canadiennes, dont 7 de langue originale anglaise et 4 de langue originale française.

Parmi les 230 longs métrages québécois produits entre 1991-1992 et 1999-2000, 59 étaient des coproductions internationales, soit approximativement le quart des films recensés. Il n'y a pas de différence très marquée entre films de langue française et de langue anglaise : 27 % des coproductions internationales alors que 22 % étaient en VOA. Mais cela est dû à un nombre sans cesse croissant et particulièrement élevé de coproductions de langue anglaise au cours des trois dernières années; historiquement, le pourcentage des coproductions était sensiblement plus faible du côté anglais que du côté français.

---

[8] Une étude réalisée en 1994 indiquait qu'en 1989-1990 et 1990-1991, la production de longs métrages québécois se répartissait à peu près également entre films de langue originale française (32 au total cumulatif des deux ans) et anglaise (31), ce qui s'apparente aux résultats constatés entre 1995 et 1997, comme entre 1998 et 2000. La période 1992-1994 est donc très atypique en ce qui a trait à la répartition entre films québécois VOA et VOF.

Dans le cas des films en langues autres, un pourcentage beaucoup plus important (57 %) du total des films était composé de coproductions internationales, ce qui est logique puisque les doubles tournages sont souvent utilisés dans le cas où des partenaires de production de langue différente sont impliqués. On peut imaginer qu'un producteur québécois désireux de produire un film en langue espagnole, par exemple, cherchera tout naturellement un partenaire étranger en mesure de favoriser la circulation de ce film dans les marchés de langue espagnole.

Tableau 4/3
Volume de production de longs métrages de fiction québécois
production nationale/coproduction internationale
(1991-1992/1999-2000)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF Québec/Canada Coproduction	39 26 13	34 28 6	54 39 15	127 93 34
VOA Québec/Canada Coproduction	15 13 2	34 29 5	47 33 14	96 75 21
Voautres Québec/Canada Coproduction				7 3 4
TOTAL VOF/VOA/Voautres Québec/Canada Coproduction				230 171 59

Source : SODEC, compilation spéciale.
VOautres comprend les films en langues autres que le français et l'anglais, ainsi que les doubles tournages (français et anglais, français et autre langue, anglais et autre langue).

Il est difficile d'établir si le pourcentage de coproductions internationales est plus élevé ou moins élevé qu'ailleurs dans le monde, faute de points de comparaison suffisamment nombreux. Il n'y a que deux pays où nous avons été en mesure d'établir un ratio entre films entièrement nationaux et coproductions internationales, soit la France et l'Italie. Le Québec (26 % de coproductions) se situe à mi-chemin entre les deux puisqu'en France, entre 1991 et 1999, 48 % du nombre total de films français étaient des coproductions internationales alors qu'en Italie cette proportion s'établissait à 12 %.

– *Montréal/autres régions administratives*
Sur les 230 longs métrages réalisés au cours de la période, un seul a été produit par une maison de production située hors de la grande région métropolitaine, un film de langue originale française.

– *Publics cibles enfants/autres*

Sur les 230 longs métrages de fiction réalisés, 6 s'adressaient spécifiquement à un public d'enfants, dont 4 en VOF et 2 en VOA.

– *Fiction/animation*

Sur les 230 films de fiction (incluant d'animation), un seul était réalisé en animation.

– *Comparaisons internationales*

Le tableau 4/4 présente le volume moyen de production de longs métrages de fiction destinés aux salles dans une douzaine de pays industrialisés et pour l'ensemble de la CEE; pour chacun des pays ou territoires, nous fournissons également les dernières données disponibles (milieu de l'année 1999) sur la population.

Il est difficile d'établir une comparaison entre le volume de production au Québec et celui de ces différents pays, que ce soit en nombre absolu ou au prorata de la population.

En nombre absolu, le Québec ne peut évidemment se comparer aux principaux pays européens dont la population se situe entre 40 et 80 millions d'habitants, ni *a fortiori* avec le Japon (127 millions) ou les États-Unis (273 millions). Ces pays ont un volume de production de longs métrages qui se situe entre 75 et 500 films par année[9].

Mais il est aussi difficile de se mesurer avec des pays ayant une population de taille plus comparable, comme le Danemark (5 millions) ou la Suède (9 millions).

En effet, ces deux pays ont une seule langue d'usage et on peut présumer que l'immense majorité des films nationaux sont faits dans cette langue; par ailleurs, la langue est parlée exclusivement dans le pays en question. Il n'y a pas de zone de rayonnement linguistique au-delà des frontières mais, en revanche, il n'y a pas non plus de films étrangers produits dans la même langue qui viennent occuper une partie du marché domestique et, règle générale, les films étrangers sont exploités en version sous-titrée. Ce qui fait que la seule possibilité pour un Danois, par exemple, de voir un long métrage de fiction en salle où les personnages s'expriment en danois, c'est de voir un film national. Cela peut expliquer des ratios de films produits par million d'habitants (4,2 et 3,0 par million d'habitants respectivement) plus élevés que la moyenne des pays européens, ainsi qu'une part de marché (fréquentation ou recette guichet) des films nationaux généralement plus élevée que pour les autres pays européens (sauf la France).

---

[9] Sauf l'Allemagne (62), qui n'a pas accru sa production en proportion de l'accroissement de sa population suite à la réunification, l'économie du cinéma de la RDA s'étant effondrée avec le mur de Berlin.

Tableau 4/4
Volume moyen de production de longs métrages pour 1990 à 1994 et 1995 à 1999
(comparaisons internationales)

An	E.U.	CEE (1)	FR	G.B. (2)	IT	ALL (3)	ESP	BEL	DAN	HOL	SUÈ	AUS (4)	JAP	QBC
1990-94 *Moyenne*	*441*	*471*	*145*	*55*	*115*	*62*	*53*	*14*	*14*	15	27	*27*	*240*	*18*
1995-99 Moyenne	*586*	*609*	*160*	*101*	*88*	*62*	*75*	*13*	*21*	17	27	*35*	*273*	*28*
Pop en Mh	*273*	*373*	*59*	*59*	*58*	*82*	*39*	*10*	*5*	16	9	*19*	*127*	*7*
Nb de films par Mh	*2.1*	*1.6*	*2.7*	*1.7*	*1.5*	*0.8*	*1.9*	*1.3*	4.2	1.1	3.0	*1.8*	*2.1*	*4.0*

Sources : *CNC Info*, éditions de 1990 à 2000, et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

(1) En excluant les coproductions franco-européennes minoritaires. Entre 1986 et 1995, la Communauté économique européenne comptait 12 membres (dont les deux Allemagne à compter de 1991); depuis 1996, elle compte 15 membres.
(2) Incluant les films entièrement tournés en Grande-Bretagne par des sociétés étrangères.
(3) Comprend l'ex-RDA à compter de 1991.
(4) Incluant les films entièrement tournés en Australie par des sociétés étrangères.

Dans le cas du Québec, la situation est très différente. Si son ratio de nombre de longs métrages par million d'habitants (4,0) est le plus élevé après le Danemark (4,2) et devant la Suède (3,0) et la France (2,7), cela est dû essentiellement à un nombre significatif de films en VOA et VOautres qui ne peuvent se justifier uniquement au regard de la population québécoise de langue maternelle anglaise (environ 600 000 personnes) ou d'autres langues ou combinaisons de langues maternelles (environ 750 000 personnes). Notons également que la production en VOA/VOautres n'est pas le fait uniquement de créateurs québécois de langues et de cultures autres que française, mais que plusieurs créateurs francophones tournent aussi en anglais.

En fait, le ratio du nombre de longs métrages produits en version originale française par rapport à la population du Québec est de 1,9, soit un ratio comparable à celui des autres pays, et notamment le même que celui des États-Unis.

La production de longs métrages québécois de langue originale anglaise ou autre s'explique dans le contexte où le Québec est partie de l'ensemble canadien (et plus largement d'un ensemble nord-américain de langue anglaise) et où Montréal a été historiquement et demeure un des pôles majeurs de production de longs métrages au Canada. Un autre facteur est l'importance accordée au développement de l'industrie cinématographique au Québec et aux mesures incitatives mises en place par le gouvernement québécois pour favoriser cette croissance. Toutefois, à cause du contexte nord-américain, le développement de cette industrie doit se faire en anglais.

4.1.1.2 Le volume de production (en dollars)

Pour les neuf années de la période de référence, les budgets totaux des 230 longs métrages québécois recensés s'établissent à 973 millions de dollars, dont 589 millions pour les longs métrages en VOA, 370 millions pour les longs métrages en VOF et 14 millions pour ceux en VOautres.

– Selon la langue originale de tournage

Si, en termes de nombre de titres, le cinéma de langue originale française demeure prédominant au Québec (127 films en VOF pour 96 films en VOA et 7 en VOautres), c'est l'inverse qui se produit en termes de volume de production en dollars. Les films en VOA accaparent 61 % des investissements totaux, les films en VOF 38 % et le solde (1 %) va aux films en d'autres langues ou de plus d'une langue originale.

Au cours des trois dernières années (1998-2000), c'est près de 65 % des investissements totaux qui sont allés aux films de langue originale anglaise. Sur le plan du volume d'activité économique et des investissements, la production cinématographique de langue originale anglaise occupe donc une place de choix et dispose d'un poids relatif très important.

Tableau 4/5
Budget de production (en millions de dollars) des longs métrages de fiction québécois par langue originale de tournage (1991-1992/1999-2000)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF	99,4	75,1	195,8	370,2
VOA	63,0	163,2	362,8	589,1
VOautres				14,0
TOTAL				973,3

Source : SODEC, compilation spéciale.
VOautres comprend les films en langues autres que le français et l'anglais, ainsi que les doubles tournages (français et anglais, français et autre langue, anglais et autre langue).

– Entièrement québécoise ou coproduction intracanadienne / coproduction internationale

Sur les 973 millions de dollars d'investissements totaux, près de 46 % sont allés à des projets réalisés en coproduction internationale. Dans le cas des films en VOF, c'est 49 %; dans le cas des films en VOA, c'est 44 %; et dans le cas des films en VOautres, c'est 82 %, pour les raisons déjà évoquées au chapitre précédent.

Pour les longs métrages en VOF, les coproductions internationales représentent 27 % des titres et accaparent 49 % des investissements; pour les longs métrages en VOA, les coproductions internationales représentent 22 % des titres et accaparent 44 % des investissements. Cela indique que dans les deux cas, les budgets moyens des coproductions sont très supérieurs à ceux des films entièrement québécois (incluant les coproductions intracanadiennes).

Pour les longs métrages en VOF, les coproductions se répartissent à peu près en parts égales entre majoritaires québécoises (16) et minoritaires québécoises (17); il y a eu un jumelage (50 %/50 %). En termes d'investissements, ce sont les coproductions ***minoritaires québécoises*** qui accaparent le gros des investissements, soit 131,2 millions de dollars, ce qui représente 73 % des investissements totaux dans les coproductions internationales VOF (180,4 millions). Les coproductions ***majoritaires québécoises*** attirent 47,8 millions, soit 26 % des investissements totaux dans les coproductions internationales VOF.

Tableau 4/6
Budget de production (en millions de dollars) des longs métrages de fiction québécois
production nationale/coproduction internationale
(1991-1992/1999-2000)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF	99,4	75,1	195,8	370,2
Québec/Canada	57,5	50,7	81,7	189,8
Coproduction	41,9	24,4	114,1	180,4
VOA	63,0	163,2	362,8	589,1
Québec/Canada	30,0	127,9	174,6	332,5
Coproduction	33,0	35,3	188,3	256,6
VOautres				14,0
Québec/Canada				2,5
Coproduction				11,5
TOTAL				
VOF/VOA/VOautres				973,3
Québec/Canada				524,8
Coproduction				448,4

Source : SODEC, compilation spéciale.
VOautres comprend les films en langues autres que le français et l'anglais, ainsi que les doubles tournages (français et anglais, français et autres langues, anglais et autres langues).

Dans le cas des films en VOA et VOautres, les coproductions majoritaires québécoises sont beaucoup plus nombreuses (20) que les minoritaires (5), ce qui fait que ce sont les ***majoritaires québécoises*** qui accaparent le gros des investissements, soit 211,3 millions de dollars. Cela représente 79 des investissements totaux dans les coproductions internationales en VOA/VOautres (268,9 millions). Les coproductions ***minoritaires québécoises*** attirent 56,8 millions, soit 21 % des investissements totaux dans les coproductions internationales en VOA/VOautres. Il s'agit d'une situation totalement inversée par rapport aux coproductions internationales en VOF.

– Publics cibles enfants/autres

Les six longs métrages de fiction qui s'adressaient spécifiquement à un public d'enfants, dont quatre en VOF et deux en VOA, ont accaparé des investissements totaux de 17,0 millions de dollars. Le nombre de projets ne permet pas de ventiler ces investissements totaux par langue originale ou par production nationale/coproduction internationale.

4.1.1.3 Le budget unitaire moyen

Si on met en relation les données des deux chapitres précédents, on peut établir l'évolution du budget moyen des longs métrages québécois, selon les différents paramètres déjà analysés.

– Selon la langue originale de tournage

Comme l'indique le tableau 4/7, le budget unitaire moyen de l'ensemble des longs métrages québécois produits au cours de la période s'établit à 4,2 millions de dollars. Il y a toutefois des différences importantes entre productions en VOF, VOA et VOautres.

Tableau 4/7
Budget moyen (en millions de dollars) des longs métrages de fiction québécois par langue originale de tournage (1991-1992/1999-2000)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF				
Nombre de titres	39	34	54	127
Budgets totaux	99,4	75,1	195,8	370,2
Budget moyen	2,5	2,2	3,6	2,9
VOA				
Nombre de titres	15	34	47	96
Budgets totaux	63,0	163,2	362,8	589,1
Budget moyen	4,2	4,8	7,7	6,1
VOautres				
Nombre de titres				7
Budgets totaux				14,0
Budget moyen				2,0
TOTAL				
Nombre de titres				230
Budgets totaux				973,3
Budget moyen				4,2

Source : SODEC, compilation spéciale.
VOautres comprend les films en langues autres que le français et l'anglais, ainsi que les doubles tournages (français et anglais, français et autres langues, anglais et autres langues).

Le budget moyen des ***longs métrages en version originale française*** s'établit à 2,9 millions de dollars. Il a connu une évolution en dents de scie, passant de 2,5 millions entre 1992 et 1995, à 2,2 millions entre 1995 et 1997, puis à 3,6 millions entre 1998-2000. Entre la première et la dernière période, sa croissance a été de 44 %, ce qui, on le verra au chapitre suivant, est exclusivement imputable à la croissance des budgets moyens des coproductions internationales (minoritaires québécoises).

Le budget unitaire moyen des ***longs métrages en version originale anglaise*** s'établit à 6,1 millions de dollars, soit un peu plus du double du budget moyen des films en VOF. Il a connu une croissance constante, passant de 4,2 millions à 4,8 millions, puis à 7,7 millions au cours des trois phases de la période de référence. Entre la première et la dernière période, sa croissance a été de 83 %, ce qui est beaucoup plus soutenu que pour les films en VOF.

Notons que les ***longs métrages en versions originales autres*** ont un budget unitaire moyen de 2 millions de dollars, ce qui est très faible.

– *Entièrement québécois ou coproduction intracanadienne/coproduction internationale*

Le budget unitaire moyen des films entièrement québécois (incluant les coproductions intracanadiennes) s'établit pour l'ensemble de la période à 3,1 millions de dollars, comparativement à 7,6 millions pour les coproductions internationales.

Ce ratio 1/2,5 (c'est-à-dire que le budget moyen des films en coproduction internationale est 2,5 fois plus élevé que celui des films entièrement québécois) se retrouve, à peu près de même ampleur, pour les films en VOF (1/2,7) et en VOA (1/2,8), mais il est sensiblement plus élevé dans le cas des films en VOautres (1/3,6).

En ce qui a trait aux films en versions originales autres, la situation peut sans doute s'expliquer par le fait que hors de la coproduction internationale, le potentiel de marché est relativement faible. Les films ***entièrement québécois en VOautres*** (incluant les coproductions intracanadiennes) ont d'ailleurs un budget unitaire moyen excessivement faible (0,8 million de dollars), alors que les ***coproductions internationales en VOautres*** ont un budget sensiblement plus grand (2,9 millions), mais qui demeure faible par rapport aux coproductions internationales en VOF (5,3 millions) ou en VOA (12,2 millions).

Pour ce qui est des longs métrages en version originale française, ce qui retient l'attention c'est le fait qu'alors que les ***coproductions internationales de langue française*** voient leur budget moyen augmenter de 138 % entre la période et la dernière partie de la période de référence, passant de 3,2 à 7,6 millions de dollars, celui *des* ***films entièrement québécois de langue française*** (incluant les coproductions intracanadiennes) régresse pour sa part de 5 %, passant de 2,2 à 2,1 millions de dollars, et ce, en dollars courants, c'est-à-dire sans tenir compte des effets de l'inflation (entre 1992 et 2000, la hausse cumulée de l'IPC au Québec a été d'environ 10 %).

L'écart très considérable, pendant la période 1998-2000, entre le budget moyen des coproductions internationales de langue française (7,6 millions de dollars) et celui des films entièrement québécois (2,1 millions) s'explique essentiellement par la présence de coproductions majoritairement françaises à budget très élevé, comme *Hasards ou coïncidences* de Claude Lelouch et *La Veuve de Saint-Pierre* de Patrice Leconte.

Le budget d'une coproduction internationale s'apparente au budget moyen des films du pays *majoritaire*, auquel il est généralement supérieur puisque la raison d'être de la coproduction internationale est de permettre de réunir un budget plus grand que celui qu'autoriserait un financement entièrement national. Ainsi, si l'on ventile les coproductions internationales de langue française de la période 1998-2000 entre coproductions majoritaires et minoritaires québécoises, on constate que le budget moyen des ***coproductions majoritaires québécoises*** est de 2,3 millions de dollars, soit un peu supérieur à celui des films entièrement québécois (2 millions); alors que celui des ***coproductions minoritaires québécoises*** est de 9,5 millions, ce qui est davantage dans l'ordre (majoré par la coproduction) du budget unitaire moyen des films du pays étranger majoritaire.

Tableau 4/8
Évolution du budget moyen (en millions de dollars) des longs métrages de fiction québécois production nationale/coproduction internationale (1991-1992/1999-2000)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF	2,5	2,2	3,6	2,9
Québec/Canada	2,2	1,8	2,1	2,0
Coproduction	3,2	4,1	7,6	5,3
VOA	4,2	4,8	7,7	6,1
Québec/Canada	2,3	4,4	5,3	4,4
Coproduction	16,5	7,1	13,4	12,2
VOautres				2,0
Québec/Canada				0,8
Coproduction				2,9
TOTAL				4,2
Québec/Canada				3,1
Coproduction				7,6

Source : SODEC, compilation spéciale.
VOautres comprend les films en langues autres que le français et l'anglais, ainsi que les doubles tournages (français et anglais, français et autres langues, anglais et autres langues).

Du côté des longs métrages de langue anglaise, c'est l'inverse qui se produit : le budget moyen des ***coproductions internationales de langue anglaise*** diminue de 16,5 à 13,4 millions de dollars, mais demeure néanmoins élevé, plus du double des coproductions internationales de langue française (7,6 millions); alors que les ***films entièrement québécois de langue anglaise*** (incluant les coproductions intracanadiennes) voient leur budget moyen augmenter de 130 %, passant de 2,3 à 5,3 millions.

L'écart de budget moyen entre films entièrement québécois de langue anglaise et de langue française s'est donc considérablement accru au cours de la décennie. Entre 1992 et 1994, leur budget moyen était comparable (2 millions de dollars); entre 1998 et 2000, celui des longs métrages en VOA est 2,5 fois plus élevé (VOF : 2,1 millions; VOA : 5,3 millions).

– *Publics cibles enfants/autres*

Le budget unitaire moyen des six longs métrages de fiction s'adressant spécifiquement à un public d'enfants, dont quatre en VOF et deux en VOA, s'établissait à 2,8 millions de dollars. Le nombre de projets ne permet pas de ventiler ce budget moyen par langue originale ou par production nationale/coproduction internationale.

– *Comparaisons internationales*

Nous avons vu plus tôt qu'entre les trois premières et les trois dernières années de la période de référence, la croissance du budget unitaire moyen des films québécois de langue française a été de 44 %, mais que cela était attribuable exclusivement à la hausse du budget moyen des coproductions internationales (138 %), puisque les films entièrement québécois (incluant les coproductions intracanadiennes) ont vu leur budget moyen chuter de 5 %, en dollars courants.

De plus, la croissance du budget moyen des coproductions internationales en VOF est exclusivement le fait des coproductions *minoritaires québécoises*, dont le budget passe de 3,9 à 9,5 millions de dollars, soit une hausse de 144 % qui reflète l'évolution des budgets moyens des pays partenaires majoritaires. Les coproductions *majoritaires québécoises*, celles qui sont le fait de réalisateurs d'ici, voient pour leur part leur budget moyen chuter de 3,1 à 2,3 millions de dollars, soit une baisse de 26 %.

Les longs métrages québécois de langue anglaise ont connu pour leur part une forte croissance (83 %) de leur budget unitaire au cours de la même période, qui s'est traduite par une hausse de 130 % pour les films entièrement québécois (incluant les coproductions intracanadiennes), et une baisse de 18 % pour les coproductions internationales, dont le budget moyen demeure toutefois élevé (13,4 millions de dollars en moyenne au cours des trois dernières années).

À partir des données publiées par le *CNC Info* sur la production mondiale, nous avons comparé la croissance des budgets moyens (en devises courantes du pays) entre les trois premières et les trois dernières années de la décennie, pour les pays où l'information est disponible, soit la France, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Australie.

Notons qu'il y a un léger décalage dans les périodes de trois ans, puisque dans le cas des pays étrangers la dernière année où des données sont disponibles est 1998-1999 et non 1999-2000 comme au Québec. Nous avons aussi tenté de distinguer entre l'ensemble des films (incluant les coproductions internationales) et les films entièrement nationaux, mais la façon dont sont compilées et publiées les données permet rarement de le faire.

Tableau 4/9
Évolution des budgets moyens des longs métrages dans différents pays au cours de la décennie 1990

Pays/Territoire/Langue	1991-1993 (1992-1994 pour le Québec)		1997-1999 (1998-2000 pour le Québec)		Croissance	
	Nb de films	Budget moyen	Nb de films	Budget moyen	Nb de films	Budget moyen
QUÉBEC VOF						
Tous	39	2,5	54	3,6	38,46 %	44,00 %
Coproduction minoritaire	4	3,9	11	9,5	175,00 %	143,59 %
Coproduction majoritaire	8	3,1	4	2,3	(50,00 %)	(25,81 %)
Entièrement québécois	26	2,2	39	2,1	50,00 %	(4,55 %)
QUÉBEC VOA						
Tous	15	4,2	47	7,7	213,33 %	83,33 %
Entièrement québécois	13	2,3	33	5,3	153,85 %	130,43 %
FRANCE						
Tous	463	22,75	527	26,77	13,82 %	17,67 %
D'initiative française	322	24,03	423	28,35	31,37 %	17,98 %

ROYAUME-UNI Tous Entièrement britanniques	154 nd	3,84 nd	309 210	5,22 3,78	100,65 % nd	35,94 % nd
AUSTRALIE Tous Entièrement australiens	80 nd	4,48 nd	125 nd	6,29 nd	56,25 % nd	40,40 % nd
ITALIE Tous Entièrement italiens	362 311	3 331 2 964	287 242	4 458 3 440	(20,72 %) (22,19 %)	33,83 % 16,06 %

Sources : *CNN Info* et compilations de la SODEC (pour le Québec).
Notes afférentes au tableau :
Les budgets moyens sont exprimés en millions d'unités de la devise concernée (millions de francs, de livres, de dollars australiens et de lires).
Dans le cas de la France, les films d'initiative française comprennent les films entièrement français et les coproductions internationales majoritairement françaises.
Dans le cas du Royaume-Uni et de l'Australie, l'ensemble de la production (« tous ») comprend non seulement les coproductions internationales, mais les films produits par des sociétés étrangères qui sont entièrement tournés dans le pays.

Le tableau comparatif 4/9 indique que l'évolution du budget moyen des films québécois a été atypique dans ses deux volets linguistiques.

Du côté des **films québécois en VOA**, la croissance du budget moyen a été beaucoup plus forte que tout ce qui peut être constaté dans les quatre pays témoins, et ce, aussi bien pour l'ensemble des films que pour les films entièrement québécois. Cette tendance indique une volonté de rattrapage et favorise l'accroissement de la compétitivité des films québécois de langue anglaise face à ceux d'autres cinématographies comparables.

La prédominance de l'anglais comme langue de communication associée à la forte présence du cinéma hollywoodien à l'échelle internationale, fournit, aux films en VOA, d'où qu'ils proviennent, des occasions de marché plus grands. On constate d'ailleurs que la croissance des budgets moyens des films australiens (40 %) et britanniques (36 %) est de l'ordre du double de celle des films français (18 %). Les films québécois de langue anglaise bénéficient eux aussi de cette situation, à laquelle s'ajoute la proximité avec le plus lucratif marché étranger de langue anglaise, soit les États-Unis.

Du côté des **films québécois en VOF**, la croissance du budget moyen est aussi atypique. En raison des coproductions internationales minoritaires québécoises, la croissance du budget moyen de l'ensemble des films québécois en VOF est plus importante que celle de l'ensemble des films français, et légèrement supérieure à celle que connaissent les trois autres pays étrangers témoins.

Cependant, si l'on ne considère que les films entièrement québécois (incluant les coproductions intracanadiennes), le fait que le budget connaisse des *décroissances* respectives de 5 % et de 26 % est unique et sans équivalent. En France, la croissance du budget moyen des films d'initiative française à été de 18 % au cours de la période et, en Italie, celle des films entièrement italiens à été de 16 %. Et ce, même si l'Italie, contrairement au Québec, a vu son volume de production annuelle de films entièrement italiens baisser de façon significative (-22 %) au cours de la période.

Un autre type de comparaison peut être fait sur la base du budget unitaire traduit en dollars canadiens. Dans ce cas, on ne peut cependant procéder sur une longue période, en raison des fluctuations du taux de change entre les devises au fil des ans, qui peuvent être très significatives et qui sont difficiles à retracer. Nous avons donc transféré en dollars canadiens les budgets moyens des longs métrages de chaque pays au cours de la dernière année disponible (1999) et nous les avons comparés à la moyenne des trois dernières années au Québec.

Soulignons que ces résultats doivent être interprétés avec prudence. Il y a quelques années, une analyse comparative semblable a été réalisée, et le budget moyen des films français et australiens, une fois converti en dollars canadiens, y apparaissait plus grand qu'aujourd'hui, celui des films britanniques demeurant pour sa part stationnaire. Ainsi, l'écart entre ces budgets et ceux des films canadiens paraissait alors plus grand[10].

Tableau 4/10
Budgets moyens des longs métrages de différents pays convertis en dollars canadiens (1999)

QUÉBEC (VOF)		QUÉBEC (VOA)	
Tous	3,63 millions $	Tous	7,72 millions $
Québécois	2,09 millions $	Québécois	5,29 millions $
France		Royaume-Uni	
Tous	5,62 millions $	Tous	12,40 millions $
D'initiative française	5,67 millions $	Entièrement britanniques	9,89 millions $
ITALIE		AUSTRALIE	
Tous	3,71 millions $	Tous	5,63 millions $
Entièrement italiens	2,56 millions $	Producteurs australiens	n/d

Sources : *CNC Info* et compilations de la SODEC (pour le Québec).
Note : Taux de conversion en vigueur le 29 décembre 2000.

On ne doit pas en conclure, comme on l'a vu plus tôt (voir tableau 4/9), que les films australiens, français ou britanniques ont connu une réduction ou une stagnation de leur budget moyen; seules les variations du taux de change entre les monnaies expliquent ces résultats.

Un exemple pour illustrer le phénomène : en 1995, le budget moyen des longs métrages australiens était de 5,6 millions de dollars australiens; en 1999, il est de 6,47 millions de dollars australiens, soit en hausse de 15 %. À la mi-1995, le dollar australien valait 1,0815 dollar canadien; aujourd hui il vaut 0,8703 dollar canadien. Si bien qu'une fois converti en dollars canadiens, selon le taux respectivement en vigueur en 1995 et 2000, le budget moyen des films australiens semble diminuer de 6,1 à 5,6 millions de dollars canadiens, soit une baisse de 8 %.

[10] Michel Houle, *La production et la mise en marché de longs métrages canadiens, descriptif de la situation et comparaisons internationales*, pour Patrimoine canadien, mars 1998.

Mais, sur le terrain, les scénaristes, réalisateurs, producteurs, équipes techniques et scénographiques australiens travaillent en 1999 dans un cadre budgétaire plus ample que celui dont ils disposaient en 1995, qui était lui-même plus ample que celui dont ils disposaient en 1990. En devise du pays, le budget unitaire moyen a crû constamment.

Ces réserves faites, on constate qu'en 1999, le budget moyen des films québécois en VOA est sensiblement supérieur (+37 %) à celui des films australiens mais inférieur de près de 40 % à celui des films britanniques. L'écart est un peu moindre si l'on compare films entièrement québécois en VOA (5,3 millions de dollars) et films entièrement britanniques (9,9 millions). Les budgets des films québécois en VOA sont aussi significativement plus élevés que ceux des films français ou italiens; cela confirme que lorsque l'on travaille en anglais, c'est moins la taille du marché domestique qui compte que le potentiel de rayonnement international.

Les films français ont pour leur part un budget moyen équivalent à 1,5 fois celui des films québécois en VOF, mais le fossé se creuse si l'on compare les films d'initiative française (5,7 millions de dollars) aux films entièrement québécois (2,1 millions), l'écart étant de 2,7 pour 1. Les films italiens ont un budget moyen (3,7 millions) comparable à celui de l'ensemble des films québécois en VOF (3,6 millions). Un écart significatif (22 %) existe toutefois entre films entièrement italiens (2 millions) et entièrement québécois (2,1 millions).

Le fait que le budget moyen des films québécois en VOF soit comparable à celui des films italiens n'est pas nécessairement une chose très positive, si l'on considère que le cinéma italien est en crise : l'Italie est le seul des neuf pays européens +CEE recensés au tableau 4/4 à avoir vu son volume annuel de production baisser – et de façon significative – entre la première et la seconde moitié des années 90. Le cinéma italien a connu, depuis deux décennies, une baisse très marquée et constante de son rayonnement international, reflétée, notamment, par une diminution extrêmement significative de ses exportations vers le Québec (voir section 5.1.5), ainsi qu'une baisse notable de sa part de la fréquentation cinématographique sur son propre marché[11].

4.1.2 LE FINANCEMENT (trois dernières années)

Ce qui est analysé ici, c'est la structure financière des *longs métrages de fiction*, ce qui comprend les longs métrages pour salles mais aussi quelques téléfilms, et les données utilisées ne permettent pas de faire de distinction selon la langue de tournage ou le fait qu'il s'agisse ou non d'une coproduction.

Nous avons regroupé les participations à la structure de financement sous cinq grandes têtes de chapitre : Revenus de marchés, Financement privé, Financement public et Financement étranger (part étrangère des coproductions).

---

[11] Entre 1982 et 1987, la part de marché du cinéma italien en Italie était de 36,2 %; entre 1992 et 1997, elle était de 24,1 % (source : *CNC Info*).

Le tableau 4/11 présente les résultats de cette ventilation entre quatre grandes sources de financement, pour les 107 longs métrages de fiction financés entre 1997-1998 et 1999-2000.

Tableau 4/11
Structure financière des longs métrages de fiction admissibles au CIR québécois (1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998 (000 $)	1998-1999 (000 $)	1999-2000 (000 $)	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Revenus de marchés	46 744,2	22 634,2	48 836,4	4,5 %
Financement privé	72 170,8	19 581,7	33 204,0	(54,0 %)
Financement public	68 404,5	37 495,4	60 094,5	(12,2 %)
Sous-total part canadienne	***187 319,6***	***79 711,3***	***142 134,9***	***(24,1 %)***
Financement étranger (coprod.)	69 178,6	57 307,6	42 893,7	(38,0 %)
Total	**256 498,2**	**137 018,9**	**185 028, 6**	**(27,9 %)**
Nombre de projets	45	27	35	(22,3 %)
Budget moyen	5 700,0	5 074,8	5 286,5	(7,3 %)
Budget moyen part canadienne	4 162,6	2 952,2	4 061,1	(2,4 %)

Sources : SODEC et *Statistiques sur l'industrie du film* (données parfois légèrement remaniées).
Note : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent différer légèrement de 100 %.

Notons pour commencer que les différences ne sont pas très considérables entre ce corpus et celui de la section sur la production. Au total des trois années, le corpus de cette section comprenait 102 films répartis comme suit au fil des ans : 43, 24, 35; celui utilisé pour l'analyse du financement comprend 107 films répartis comme suit au fil des ans: 45, 27, 35. Il y a donc cinq films de différence, vraisemblablement des téléfilms qui ont été exclus du corpus lorsque nous avons procédé à une reclassification des titres pour les besoins de la section sur la production.

Rappelons que s'il y a décroissance du volume de titres et des investissements totaux à l'intérieur de cette période de trois ans, soit entre 1997-1998 et 1999-2000, au total cumulatif, il y a eu plus de films et d'investissements au cours de ces trois années (1998-2000) qu'au cours des trois années antérieures (1995-1997), qui elles-mêmes avaient vu plus de titres et d'investissements qu'au cours des trois années qui avaient précédé (1992-1994). Il appert tout simplement qu'au cours des trois dernières années, c'est l'année 1997-1998 qui fut la plus nourrie.

Rappelons enfin qu'à la section sur la production, nous avions établi que près de 65 % des investissements totaux dans les films québécois ont été destinés aux films en VOA entre 1998 et 2000.

Entre 1997-1998 et 1999-2000, le volume de titres a chuté de 22 %, passant de 45 à 35, alors que le volume d'investissements a chuté de 28 %, passant de 257 à 185 millions de dollars.

La diminution des investissements étrangers (part étrangère des coproductions internationales) a largement contribué à la chute des investissements totaux puisqu'ils sont passés de 69 à 43 millions de dollars, une baisse de 38 %. Les investissements canadiens ont connu une baisse de moindre proportion (24 %), passant de 187 à 142 millions.

En dépit d'une baisse significative des investissements totaux, les revenus de marchés ont, quant à eux, connu une hausse de 4,5 % en termes absolus, ce qui indique qu'ils représentent une part plus importante de la structure financière. Le tableau 4/12 indique ce que représentent les trois grandes sources canadiennes de financement en pourcentage de la part canadienne des budgets.

Tableau 4/12
Sources de financement en % de la part canadienne totale
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998 (000 $)	1998-1999 (000 $)	1999-2000 (000 $)	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Revenus de marchés	25,0 %	28,4 %	34,3 %	37,2 %
Financement privé	38,5 %	24,6 %	23,4 %	(39,2 %)
Financement public	36,5 %	47,0 %	42,3 %	15,9 %
Sous-total part canadienne	***100 %***	***100 %***	***100 %***	-

Source : SODEC, compilations spéciales.

Les revenus de marchés contribuent à combler une part de plus en plus importante de la structure financière des longs métrages québécois. Ils comblaient 25 % des coûts canadiens de production en 1997-1998, 29 % en 1998-1999 et 34 % en 1999-2000.

La part du financement privé a vu, quant à elle, son poids relatif chuter de 39 % à 23 % en raison de l'augmentation des revenus de marchés.

Depuis la disparition de la déduction pour amortissement (DPA) et son remplacement par des programmes de crédits d'impôt remboursables (CIR), il n'y a pratiquement plus d'investissements privés ayant pour motif le rendement sur l'investissement dans les productions audiovisuelles québécoises en général et cinématographiques en particulier, et ce, tout simplement parce que le niveau de risque est très élevé. En effet, la possibilité de récupérer intégralement et à court terme un investissement à risque dans un long métrage québécois (et *a fortiori* d'obtenir un taux de rendement intéressant sur un tel investissement) est très faible, compte tenu de la taille du marché, du fait qu'une part importante des recettes potentielles est déjà incluse dans la structure de financement et du fait également que la portion des recettes brutes réalisées ultérieurement qui reviendra au producteur, est très faible.

Le financement privé dans les longs métrages québécois provient donc essentiellement d'acteurs de l'industrie : investissements et emprunts du producteur, différés des membres de l'équipe de création, investissements de diffuseurs ou de fonds privés créés pour la plupart par des entreprises de radiodiffusion à titre de bénéfices tangibles lors d'une transaction ou pour se conformer à des obligations en matière de dépenses de programmation canadienne. Et il est motivé soit par la volonté que le film se fasse en dépit d'un manque de financement en provenance des marchés ou du secteur public (producteurs, équipes), soit par le besoin de se conformer à des obligations réglementaires (télédistributeurs, diffuseurs).

Si un producteur réussit à couvrir une plus grande part de la structure de financement grâce à des revenus provenant du marché ou de commandites, il réduira normalement son investissement propre et (ou) les emprunts qu'il aurait dû autrement contracter pour compléter la structure financière.

Cela dit, on note que la baisse des investissements privés a été plus forte que la hausse des revenus de marchés, ce qui n'a été possible que parce que le poids relatif du financement public a augmenté, passant de 37 % à 42 %.

4.1.2.1 Les revenus de marchés

Les revenus de marchés sont composés d'avances de distributeurs et exportateurs ainsi que de préventes aux télévisions.

En ce qui concerne les préventes aux télévisions, on voit que celles-ci ne représentent qu'une infime partie du de la structure de financement (moins de 1 % en moyenne) des longs métrages québécois. Depuis la création du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages (FADLM) à Téléfilm Canada, la pratique généralement établie veut que ce soit le distributeur qui vende les droits de diffusion du film à la télévision payante et conventionnelle, ventes qui lui permettent de sécuriser l'avance qu'il verse au producteur pour acquérir les droits de distribution du film au Canada.

Tableau 4/13
Revenus de marchés des longs métrages de fiction
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998 (000 $)	1998-1999 (000 $)	1999-2000 (000 $)	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Télédiffuseurs (fr.)	158,0	110,0	100,0	(36,7 %)
Télédiffuseurs (ang.)	10,0	66,1	176,5	1765,0 %
Télédiffuseurs hors Québec	-	-	254,1	-
Sous-total	***168,0***	***176,1***	***530,6***	***215,8 %***
Distributeurs	11 016,6	4 757,9	8 134,2	(26,2 %)
Exportateurs	9 094,7	6 079,2	335,0	(96,3 %)
Distributeurs étrangers	26 464,9	11 621,1	39 836,6	50,5 %
Sous-total	***46 576,2***	***22 458,2***	***48 305,8***	***3,7 %***
Total	**46 744,2**	**22 634,3**	**48 836,4**	**4,5 %**
En % de la part canadienne	**25,0 %**	**28,4 %**	**34,4 %**	**37,6 %**

Source : SODEC, compilations spéciales.

D'après ce tableau, il arrive depuis peu, qu'à l'occasion le producteur effectue lui-même la prévente au diffuseur et l'inclue dans la structure de financement, quitte à accepter une avance du distributeur plus faible. Cette pratique semble être favorisée par les règles d'accès à la portion du volet PDD du Fonds canadien de télévision qui est allouée aux longs métrages puisque le montant de la licence est pris en compte dans l'établissement de sa participation.

On note cependant que les avances des distributeurs et exportateurs canadiens diminuent, de 26 % et 96 % respectivement, alors que celles des distributeurs étrangers augmentent (de 51 %). Évidemment, on peut considérer que les avances des exportateurs canadiens et des distributeurs étrangers sont interreliées, car plus il y a de territoires qui sont cédés directement à un distributeur étranger, moins il en reste à céder à un exportateur canadien, et vice versa.

En fait, on peut dire que les préventes aux diffuseurs québécois et les avances de distributeurs sont étroitement liées : elles témoignent de ce que le marché québécois peut offrir, alors que les préventes aux télédiffuseurs étrangers, les avances de distributeurs étrangers ainsi que les avances d'exportateurs canadiens témoignent de ce que les marchés étrangers peuvent offrir.

C'est pourquoi nous avons regroupé les sources de financement de la manière que l'on peut voir dans le tableau 4/14.

Tableau 4/14
Répartition des revenus de marchés des longs métrages de fiction
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Télédiffuseurs	0,1 %	0,2 %	0,2 %
Distributeurs	5,9 %	6,0 %	5,7 %
Sous-total	***6,0 %***	***6,2 %***	***5,9 %***
Télédiffuseurs hors Québec	0,0 %	0,0 %	0,2 %
Exportateurs	4,9 %	7,6 %	0,2 %
Distributeurs étrangers	14,1 %	14,6 %	28,0 %
Sous-total	***19,0 %***	***22,2 %***	***28,4 %***
En % de la part canadienne	**25,0 %**	**28,4 %**	**34,4 %**

Source : SODEC, compilations spéciales.

On s'aperçoit que les avances ou préventes provenant du marché québécois permettent de couvrir environ 6 % de la structure de financement canadienne. Même en tenant compte de l'étroitesse de notre marché, cela semble très peu; en effet, les avances des exportateurs et distributeurs étrangers – basées sur l'espérance de recettes en provenance des marchés étrangers – qui sont versées aux producteurs québécois permettent de couvrir entre 19 % et 28 % de la structure de financement canadienne, soit de 3 à 4,5 fois plus.

Les revenus de marchés des longs métrages en langue française

Rappelons que les données précédentes s'appliquent à l'ensemble de la production de longs métrages, qu'il aient été tournés en français, en anglais ou dans une autre langue. Elles reflètent sans doute davantage la situation des longs métrages de langue anglaise car ces derniers constituent plus de 65 % du volume de production.

Tableau 4/15
Revenus de marchés des longs métrages de fiction en langue française
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart
		(000)		
Télédiffuseurs (fr.)	158,0	110,0	100,0	-36,7 %
Télédiffuseurs (ang.)	10,0	0,0	0,0	-100,0 %
Télédiffuseurs hors Québec	0,0	0,0	254,1	100,0 %
Sous-total	***168,0***	***110,0***	***354,1***	***110,8 %***
Distributeurs	2 807,5	2 873,9	3 389,5	20,7 %
Exportateurs	1 779,3	250,0	285,0	-84,0 %
Distributeurs étrangers	1 215,2	3 793,6	2 307,5	89,9 %
Sous-total	***5 802,0***	***6 917,4***	***5 982,0***	***3,1 %***
TOTAL	**5 970,0**	**7 027,4**	**6 336,1**	**6,1 %**
En % de la part canadienne	**14,2**	**23,4**	**16,3**	

Source : SODEC, compilations spéciales.

Les revenus de marchés des films en langue française ont connu une augmentation de 6 % au cours des trois dernières années. Ceux-ci représentent entre 14 % et 16 % de la part canadienne des devis de production. Cela en fait une source de financement non négligeable mais tout de même modeste par rapport aux revenus générés par les productions de langue anglaise.

Tableau 4/16
Répartition des revenus de marchés des longs métrages de fiction en langue française en fonction de la part canadienne des devis de production
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Télédiffuseurs	0,4 %	0,4 %	0,3 %
Télédiffuseurs	6,7 %	9,6 %	8,7 %
Sous-total	***7,1 %***	***9,9 %***	***9,0 %***
Télédiffuseurs hors Québec	0,0 %	0,0 %	0,7 %
Exportateurs	4,2 %	0,8 %	0,7 %
Distributeurs étrangers	2,9 %	12,6 %	5,9 %
Sous-total	***7,1 %***	***13,5 %***	***7,3 %***
TOTAL	**14,2 %**	**23,4 %**	**16,3 %**

Source : SODEC, compilations spéciales.

Les films de langue française étant d'abord destinés au marché national, on pourrait croire que les revenus nationaux seraient nettement supérieurs aux revenus provenant de l'étranger. Ce n'est pourtant pas le cas. Au total des trois années, on observe que les revenus de marchés étrangers sont légèrement supérieurs et représentent 8,9 % de la part canadienne du financement alors que les revenus provenant des marchés nationaux constituent 8,5 % de la part canadienne du financement.

Ce sont les distributeurs, surtout nationaux, qui sont la principale et quasi unique source de revenus de marchés du long métrage en langue française. Les télédiffuseurs sont pratiquement absents du financement du film et cela s'explique en partie par la possibilité qu'ils ont d'acquérir une production à meilleur coût et avec un moindre risque lorsque celle-ci est terminée. De plus, les ventes aux télédiffuseurs constituent, pour le distributeur, une source de revenu de base.

En somme, le marché national est limité et la croissance des revenus à ce niveau pourrait peut-être augmenter par des investissements ou des préachats des télédiffuseurs. Par ailleurs, les avances des distributeurs québécois, qui ont progressé de 2,8 à 3,4 millions de dollars, mais dont la participation à la part canadienne du devis de production fluctue entre 6,7 % et 9,6 %, ne semblent pas ouvrir sur une augmentation importante du financement de la production.

4.1.2.2 Le financement privé

Le financement privé est composé des investissements propres du producteur ainsi que des emprunts qu'il contracte, des différés des équipes de création et maisons de service, des apports des commanditaires et des investissements d'autres partenaires (distributeurs, diffuseurs, fonds privés, etc.).

Tableau 4/17
Financement privé des longs métrages de fiction admissibles au CIR québécois
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998 (000 $)	1998-1099 (000 $)	1999-2000 (000 $)	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Producteur	11 699,9	5 191,5	6 714,7	(42,6 %)
Différés (équipe de création)	1 540,3	224,3	889,8	(41,2 %)
Différés (maison de service)	405,0	-	-	-
Prêts et commandites	58 102,5	13 685,1	24 678,5	(57,5 %)
Investissements diffuseurs (fr.)	55,0	87,0	721,0	1 210,9 %
Investissements diffuseurs (ang.)	-	-	-	-
Investissements distributeurs	-	-	-	-
Autres investissements	100,0	390,0	200,0	100 %
Avances spéciales	268,1	3,8	-	-
Apports nets d'investisseurs	-	-	-	-
Total	**72 170,8**	**19 581,7**	**33 204,0**	**(54,0 %)**
En % de la part canadienne	**38,5 %**	**24,6 %**	**23,4 %**	

Source : SODEC, compilations spéciales.

Comme l'indique le tableau 4/17, les deux principales sources de financement privé sont les prêts et commandites, qui représentent, selon les années, entre 70 % et 81 % du financement privé total, et les investissements propres du producteur, qui représentent, selon les années, entre 16 % et 27 % du financement privé total; leur part combinée s'établit à 97 % ou 98 % du financement privé total.

Les investissements propres et les emprunts faits par le producteur sont interreliés, puisque les seconds sont généralement contractés pour combler le financement lorsque le producteur n'a pas les liquidités nécessaires pour dépasser un certain seuil d'investissement propre. Et évidemment, ils hypothèquent ses revenus futurs.

Bien que les données disponibles ne permettent pas de distinguer les emprunts des commandites, il apparaît que la majeure partie des sommes qui apparaissent au poste « prêts et commandites » sont des prêts, dans la mesure où les longs métrages pour salles constituent généralement un véhicule de commandite moins attrayant que les séries télévisuelles par exemple, qui offrent une visibilité étalée sur une longue période déterminée à l'avance ainsi que la possibilité d'y insérer des messages publicitaires liés à la commandite. À noter que le poste « prêts et commandites » représente une portion du financement canadien total des longs métrages de fiction beaucoup plus grande (2,5 fois) que pour les émissions de télévision.

Tableau 4/18
Financement privé en % de la part canadienne totale
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Producteur	6,2 %	6,5 %	4,7 %	(24,2 %)
Prêts et commandites	31,0 %	17,2 %	17,4 %	(43,9 %)
Différés (équipe de création)	0,8 %	0,3 %	0,6 %	(25,0 %)
Différés (maison de service)	0,2 %	-	-	-
Investissements diffuseurs (fr.)	0,0 %	0,1 %	0,5 %	-
Investissements distributeurs	-	-	-	-
Autres	0,2 %	0,5 %	0,1 %	(50,0 %)
Total	**38,5 %**	**24,6 %**	**23,4 %**	

Source : SODEC, compilations spéciales.

Au total, les investissements propres du producteur et les prêts et commandites permettent de combler entre 22 % et 37 % de la structure de financement, part canadienne, selon les années.

Les autres sources de financement privé (différés, fonds privés, investissements des diffuseurs...) permettent de combler collectivement environ 1 % de la structure financière; elles ne jouent donc pas un grand rôle dans le financement des longs métrages québécois.

Notons cependant que les différés consentis par certains membres des équipes de création (scénaristes, réalisateurs, acteurs principaux...), même s'ils représentent une part infime du financement total, s'établissent quand même à environ 900 000 $ par année, ce qui constitue une prise de risque significative pour ces artistes et créateurs qui engagent une partie de leur cachet.

Notons également que les investissements provenant des diffuseurs, bien qu'infimes en pourcentage des budgets totaux (part canadienne) et sans commune mesure avec ce qui se fait en France[12] et en Europe en général, sont en hausse très significative chez les diffuseurs québécois

[12] En France, en 1998, les chaînes hertziennes (TFI, F2, F3, M6 et Arte) ont investi 570 millions de francs (environ 126 millions de dollars au taux de change actuel) dans 86 longs métrages français destinés aux salles, dont 27 premiers films. Source : *Écran Total*, numéro 259.

de langue française; cela découle vraisemblablement des engagements de contribution au financement des longs métrages pris par les diffuseurs privés québécois, en contrepartie de l'accès de leurs filiales de production au CIR québécois (voir section 1.4).

Finalement, le financement privé des films de langue française constitue 8,7 % de la part canadienne des devis de production pour le total des années étudiées, alors que le financement privé de la production globale est de 32 %. Le principal apport privé est celui des producteurs, qui au total des trois années ont investi dans les films de langue française près de 5 millions de dollars. La difficulté de financer des projets auprès des institutions financières est évidente et les prêts sont obtenus en guise d'appoint pour le démarrage d'une production. En 1999-2000, on observe une augmentation soudaine de l'investissement des télédiffuseurs de langue française. Il s'agit peut-être d'une des conséquences des modifications apportées aux crédits d'impôt pour les filiales des télédiffuseurs, qui doivent investir une partie de ces crédits dans la production, ainsi que de l'engagement d'un télédiffuseur public (SRC) à investir dans la production.

Tableau 4/19
Financement privé des longs métrages de fiction en langue française
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart
		(000)		
Producteur	2 037,0	1 414,3	1 263,2	-38,0 %
Différés (équipe de création)	219,6	115,7	215,6	-1,8 %
Différés (maison de service)	0,0	0,0	0,0	
Prêts et commandites	3 069,0	25,0	230,5	-92,5 %
Investissements diffuseurs (fr.)	55,0	87,0	721,0	1 210,9 %
Investissements diffuseurs (ang.)	0,0	0,0	0,0	
Investissements distributeurs	0,0	0,0	0,0	
Autres investissements	100,0	170,0	200,0	100,0 %
Avances spéciales	268,1	3,8	0,0	-100,0 %
Apports nets d'investisseurs	0,0	0,0	0,0	
Autres apports (privés)	38,0	37,5	60,0	57,9 %
Total	**5 786,7**	**1 853,3**	**2 690,3**	**-53,5 %**
En % de la part canadienne	**13,8 %**	**6,2 %**	**6,9 %**	

Source : SODEC, compilations spéciales.

4.1.2.3 Le financement public

Du côté québécois, les deux principales sources de financement des longs métrages sont le CIR québécois et la SODEC; du côté fédéral, se sont le CIR fédéral, Téléfilm Canada (FFLM et Mini-traités) et le Fonds canadien de télévision. D'autres organismes peuvent également participer au financement des projets sur une base ponctuelle, dont l'ONF, le CAC ou le CALQ, mais leur contribution est minime par rapport à l'ensemble du financement.

Tableau 4/20
Financement public des longs métrages de fiction admissibles au CIR québécois (1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998 (000 $)	1998-1999 (000 $)	1999-2000 (000 $)	Écart 1997-1998/ 1999-2000
CIR québécois	29 418,1	12 879,9	18 438,2	
SODEC	3 910,0	3 587,0	10 805,0	
Sous-total	***33 328,1***	***16 466,9***	***29 243,2***	
CIR fédéral	15 423,8	5 432,2	11 850,8	
Téléfilm Canada	13 543,9	11 864,2	10 482,7	
Mini-traités	1 195,0	950,0	654,7	
Fonds canadien de télévision	1 030,4	-	3 545,2	244,1 %
ONF (inv. et autres)	648,9	17,8	65,7	(89,9 %)
Conseil des Arts du Canada	229,5	60,0	267,0	16,3 %
Sous-total	***32 071,5***	***18 324,2***	***26 866,1***	***(16,2 %)***
Autres apports	3 004,9	2 704,3	3 985,2	32,6 %
Total	**68 404,5**	**37 495,4**	**60 094,5**	**(12,1 %)**
En % de la part canadienne	**36,5 %**	**47,0 %**	**42,3 %**	

Source : SODEC, compilations spéciales.

La principale source individuelle demeure le CIR québécois, qui a permis de combler entre 13 % et 16 % de la structure financière, part canadienne, de l'ensemble des longs métrages selon les années. S'agissant d'un programme automatique, les fluctuations annuelles sont imputables aux caractéristiques du corpus des productions : nombre de VOF versus VOA, nombre de coproductions intracanadiennes versus productions entièrement québécoises, part des dépenses allouées à la main-d'œuvre qui sont effectuées au Québec, etc.).

Tableau 4/21
Financement public en % de la part canadienne totale (1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
CIR québécois	15,7 %	16,2 %	13,0 %	
SODEC	2,1 %	4,5 %	7,6 %	
Sous-total	***17,8 %***	***20,7 %***	***20,6 %***	***15,7 %***
CIR fédéral	8,2 %	6,8 %	8,3 %	
Téléfilm Canada	7,2 %	14,9 %	7,4 %	
Mini-traités	0,6 %	1,2 %	0,1 %	
Fonds canadien de télévision	0,6 %	-	2,5 %	
ONF (inv. et autres)	0,3 %	0,0 %	0,1 %	
Conseil des Arts du Canada	0,1 %	0,1 %	0,2 %	
Sous-total	***17,1 %***	***23,0 %***	***18,9 %***	***10,5 %***
Autres apports	1,6 %	3,4 %	2,8 %	
Total	**36,5 %**	**47,0 %**	**42,3 %**	

Source : SODEC, compilations spéciales.

L'autre source québécoise principale, la SODEC, a accru considérablement sa participation, qui est passée de 3,9 à 10,8 millions de dollars, soit de 2,1 % à 7,6 % de la part canadienne du financement, ce qui découle des crédits additionnels de 8 millions qui lui ont été alloués en 1998 (pour l'ensemble des programmes cinéma) et qui n'ont eu leur plein effet qu'à compter de 1999-2000.

Au total combiné, l'aide de ces deux sources québécoises a permis de combler entre 18 % et 21 % de la structure financière, part canadienne, de l'ensemble des longs métrages québécois, ce qui est à peu près équivalent à la part combinée de l'ensemble des sources fédérales, qui varie de 17 % à 23 % de la structure de financement.

Du côté fédéral, Téléfilm Canada (FFLM) et le CIR fédéral sont les deux principales sources d'importance à peu près égale. Ensemble, elles ont contribué à combler entre 15 % et 22 % de la structure financière, part canadienne, selon les années.

Compte tenu de la nouvelle politique canadienne du long métrage qui a été annoncée à l'automne 2000 et des crédits additionnels de 50 millions de dollars qui y sont liés, dont la majeure partie sera administrée par Téléfilm Canada, il est certain que la contribution financière de cet organisme devrait augmenter sensiblement au cours des prochaines années. Quant à l'ampleur plus ou moins grande de sa contribution en pourcentage du financement canadien, cela dépendra de la stratégie adoptée en ce qui a trait au budget moyen des productions soutenues. En général, plus on privilégie les petits budgets, plus la part de financement public doit être élevée, puisque le potentiel de revenus de marchés est faible. Ainsi, par exemple, le financement public a atteint son plus haut niveau (47 %) au cours des trois dernières années en 1998-1999, l'année où le budget moyen (part canadienne) de l'ensemble des longs métrages québécois était sensiblement plus faible (2,9 millions) qu'au cours des deux autres années (un peu plus de 4 millions).

L'évolution du financement public et la répartition de cette contribution

Le tableau 4/22 présente l'évolution de la contribution (en pourcentage de la part canadienne des budgets totaux) des principales sources de financement public pour les longs métrages québécois depuis 1991-1992, y compris l'ONF qui, entre 1989-1990 et 1993-1994, administrait un programme spécial de coproduction de longs métrages de fiction avec le secteur indépendant (au sens de privé et non selon la définition de la SODEC), qui n'a pas été renouvelé par la suite.

Tableau 4/22
Évolution du financement public des principales sources québécoises et canadiennes (1991-1992/1999-2000)

Sources	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00
CIR Q	17,6 %	16,1 %	17,7 %	17,9 %	17,8 %	17,9 %	15,7 %	16,2 %	13,0 %
SODEC	8,7 %	12,2 %	4,1 %	5,8 %	4,3 %	2,8 %	2,1 %	4,5 %	7,6 %
CIR C	-	-	-	-	3,6 %	7,5 %	8,2 %	6,8 %	8,3 %
TFC	27,0 %	34,6 %	15,9 %	12,6 %	13,9 %	10,5 %	7,2 %	14,9 %	7,4 %
FCT	-	-	-	-	0,2 %	-	0,6 %	-	2,5 %
ONF	5,2 %	7,0 %	2,2 %	2,6 %	0,5 %	0,1 %	0,3 %	0,0 %	0,1 %
Total	**58,5 %**	**69,9 %**	**39,9 %**	**38,9 %**	**36,7 %**	**38,8 %**	**34,1 %**	**42,4 %**	**38,9 %**

Sources : *Statistiques sur l'industrie du film* et SODEC, compilations spéciales.

Si on excepte l'année 1998-1999, qui est atypique à plus d'un titre – investissements canadiens totaux faibles, part des coproducteurs étrangers exceptionnellement élevée, budget moyen (part canadienne) faible, niveau de participation de TFC élevé par rapport à l'année précédente et à l'année suivante[13], on constate qu'entre 1993-1994 et 1999-2000 la contribution combinée de l'ensemble de ces sources publiques est demeurée stationnaire, autour de 39 % du financement canadien global, en baisse importante par rapport aux deux premières années de la décennie.

Le Fonds canadien de télévision (volet PDD) joue un rôle relativement modeste – en comparaison de Téléfilm ou du CIR fédéral – dans le financement des longs métrages québécois. Les ressources globales qu'il affecte aux longs métrages pour salles sont de 7,5 millions de dollars par année, pour l'ensemble du Canada, ressources qui sont prélevées à même la contribution de Patrimoine canadien au volet PDD du FCT. Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui alimentent également le PDD ne contribuent pas au financement des longs métrages, ce qui est un peu paradoxal compte tenu du nombre de canaux qu'elles consacrent à des services de télévision à la carte, de télévision payante et de télévision spécialisée dont la programmation est quasi exclusivement ou en large partie consacrée au cinéma (et des recettes qu'elles en tirent).

Les ressources annuelles globales de 7,5 millions de dollars sont partagées, environ un tiers/deux tiers, entre productions de langue française et de langue anglaise. La part qui va au Québec dépend évidemment du nombre de projets (VOF et VOA) émanant du Québec qui réussissent à se qualifier.

Le financement public des films en langue française

La production et la diffusion de films reflétant la culture et l'identité québécoise font partie de la politique culturelle du Québec. Ce choix culturel implique un soutien particulier des institutions publiques aux productions de langue française. C'est ainsi qu'au total des trois années soumises à l'analyse, le financement public représente 73 % de la part canadienne des devis de production.

Le gouvernement québécois, par le soutien direct qu'il octroie à travers la SODEC et par le crédit d'impôt, intervient de façon massive dans la production du long métrage de langue française. De son côté, le gouvernement fédéral, dont la participation diminue, intervient à peu près dans les mêmes proportions dans le financement des films. En 1999-2000, on a pu observer l'effet des nouveaux crédits octroyés par le gouvernement québécois à la SODEC pour le soutien du long métrage. Cette année-là, l'apport du Québec a été déterminant et a constitué près de 44 % de la part canadienne des devis de production alors que l'apport du fédéral était de 33 %.

---

[13] Ce caractère atypique peut être en partie attribuable au classement des projets dans une année ou une autre, selon la date de la décision préliminaire. Si l'on fait la moyenne entre 1997-1998, où le niveau de financement public est plus bas (34,1 %) que la moyenne, et 1998-1999, où il est sensiblement plus haut (42,4 %), on arrive à 38,3 % pour les deux années, ce qui est du même ordre de grandeur que pour toutes les autres années entre 1993-1994 et 1999-2000.

Tableau 4/23
Financement public des longs métrages de fiction en langue française
(1997-1998/1999-2000)

Sources de financement	1997-1998	1998-1999	1999-2000	TOTAL
CIR québécois	7 728,0	5 574,7	7 551,0	20 853,7
SODEC	3 583,0	2 889,8	9 345,0	15 817,8
Sous-total – Québec	***11 311,0***	***8 464,6***	***16 896,0***	***36 671,5***
CIR fédéral	1 457,5	1 126,6	1 451,7	4 035,8
Téléfilm Canada	12 619,0	8 808,7	7 540,0	28 967,7
Mini-traités	995,0	650,0	654,7	2 299,7
Fonds canadien de télévision	633,4	0,0	2 820,2	3 453,6
ONF (inv. et autres)	577,5	17,8	24,0	619,3
Conseil des Arts du Canada	152,5	60,0	117,0	329,5
Sous-total – fédéral	***16 435,0***	***10 663,1***	***12 607,6***	***39 705,6***
Autres apports	2 466,9	2 046,8	262,7	4 776,4
Total	**30 212,9**	**21 174,4**	**29 766,2**	**81 153,6**
En % de la part canadienne	**72,0 %**	**70,5 %**	**76,7 %**	**73,2 %**

Source : SODEC, compilations spéciales.

4.1.2.4 Le financement étranger

Nous avons identifié comme financement étranger la part étrangère des coproductions internationales québécoises. Les investissements totaux provenant de coproducteurs étrangers sont en baisse constante depuis trois ans. Ils sont passés de 69 millions de dollars à 57 millions, puis à 43 millions, une diminution de 38 %.

En pourcentage des devis totaux, la part étrangère des coproductions s'établissait à 27 % en 1997-1998, à 42 % en 1998-1999 et à 23 % en 1999-2000.

Tableau 4/24
Financement étranger des longs métrages de fiction
admissibles au CIR québécois
(1997-1998/1999-2000)

	1997-1998 (000 $)	1998-1999 (000 $)	1999-2000 (000 $)	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Part étrangère	69 178,6	57 307,6	42 893,7	(38,0 %)
En % du budget total	**27,0 %**	**41,6 %**	**23,2 %**	**(14,1 %)**

Source : SODEC, compilations spéciales.

Notons que l'année 1998-1999 est vraiment atypique. Jamais dans le passé le pourcentage du financement annuel total des longs métrages québécois provenant de coproducteurs étrangers ne s'est approché le moindrement du niveau des 40 %, comme le démontre le tableau 4/25.

Tableau 4/25
Financement étranger (en 000 $ et en % des budgets totaux)
des longs métrages de fiction admissibles au CIR québécois
(1991-1992/1999-2000)

1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000
9 162,6	10 421,7	17 809,5	13 869,0	17 361,6	21 586,8	69 178,6	57 307,6	42 893,7
17,3 %	*19,7 %*	*21,9 %*	*19,1 %*	*15,7 %*	*16,7 %*	*27,0 %*	*41,6 %*	*23,2 %*
37 393,8			**52 817,4**			**169 379,9**		

Sources : Statistiques sur l'industrie du film et SODEC, compilations spéciales.

Par ailleurs, comme le démontre également le tableau, si à l'intérieur de la dernière période de trois ans, l'apport des coproducteurs étrangers est décroissant en dollars et en pourcentage des devis totaux entre 1997-1998 et 1999-2000. Au total cumulatif de ces trois années, cet apport est très largement supérieur à celui constaté au cours des deux périodes précédentes, en dollars comme en pourcentage des devis totaux. En fait, en dollars, il a plus que triplé par rapport à 1995-1997 et quintuplé par rapport à 1992-1994. En termes de tendance lourde, les apports de coproducteurs étrangers ont donc été en forte hausse au cours de la dernière décennie.

Tableau 4/26
Financement étranger des longs métrages de fiction en langue française
(1997-1998/1999-2000)

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	TOTAL
Coproducteurs étrangers (000 $)	18 934,5	41 537,1	23 026,8	83 498,4
En % du devis total	31,1 %	58,0 %	37,2 %	43,0 %

Source : SODEC, compilations spéciales.

Contrairement à la tendance remarquée dans la production globale, pour la dernière période de trois ans, on note une progression du financement étranger dans le long métrage de fiction en langue française et même une progression de la part des investissements des coproducteurs dans le devis total, cette part étant passé de 31 % à 37 % du devis total. Ces résultats sont en relation avec la diminution des revenus de marchés en provenance de l'étranger. En effet, selon les projets, il est probable que les ventes effectuées sur le territoire du coproducteur feront l'objet de son investissement dans la production et, par conséquent, elles ne peuvent se retrouver dans la structure canadienne du devis.

Le financement du long métrage en langue française

Tableau 4/27
Financement des longs métrages de fiction en langue française
(1997-1998/1999-2000)

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	TOTAL
	(000 $)			
Revenus de marchés	5 970,0	7 027,4	6 336,1	19 333,5
Financement privé	5 786,7	1 853,3	2 690,3	10 330,3
Financement public	30 212,9	21 174,4	29 766,2	81 153,6
Financement étranger	18 934,5	41 537,1	23 026,8	83 498,4
TOTAL	**60 904,1**	**71 592,3**	**61 819,5**	**194 315,8**

Source : SODEC, compilations spéciales.

Dans cette section, nous avons observé comment se finance le long métrage de fiction au Québec et une attention particulière a été portée au financement des films en langue française. L'analyse des quatre principales sources de financement des productions francophones indique que les « revenus de marchés » représentent environ 10 % des devis totaux et que ces revenus proviennent à la fois des marchés nationaux et des marchés internationaux dans une proportion presque identique.

Pour sa part, le « financement privé » connaît un important déclin, passant de 5,8 millions de dollars en 1997-1998 à 2,7 millions en 1999-2000, soit une baisse de 54 %. Cette tendance est d'ailleurs identique à celle relevée pour le financement de l'ensemble des longs métrages.

Le « financement public » représente en moyenne 42 % des devis totaux des productions en français, mais 73 % de la part canadienne de ces devis. En 1998-1999, le financement public a été à son plus bas, mais cette situation était compensée par un financement étranger supérieur à la moyenne. En fait, cela s'explique essentiellement par un volume plus élevé de coproductions, puisque les mécanismes de financement sont établis en fonction de la part canadienne du financement.

Finalement, le « financement étranger » représente 43 % des devis totaux et constitue dès lors la principale source de financement des films en langue française, suivi de près par le financement public, qui représente 42 % du financement total.

4.1.3 LA STRUCTURATION DE L'INDUSTRIE DE PRODUCTION

Afin d'expliquer comment se structure la production de longs métrages de fiction au Québec, en termes de nombre, de taille et de type d'entreprises, la SODEC a fourni une liste des 230 longs métrages produits entre 1991-1992 et 1999-2000 par entreprise.

À l'usage, cette information s'est avérée difficilement utilisable, en raison de la pratique souvent employée de créer, pour des raisons juridiques, comptables et fiscales, une entreprise de production pour chaque film ou un groupe de quatre entreprises-coquilles ayant des exercices

financiers se terminant à des trimestres différents. Cette pratique vise à réduire le délai de réception des crédits d'impôts remboursables et donc les frais de financement intérimaire que doit assumer le producteur, puisque les CIR ne sont versés qu'une fois que la production et que l'exercice financier de l'entreprise productrice sont tous deux terminés.

Le nom d'entreprise qui est inscrit dans les données relatives aux projets soutenus par le CIR est souvent celui de l'entreprise-coquille. Parfois ce nom a un lien évident avec l'entreprise-mère, parfois c'est le titre du film, souvent (35 cas) c'est une compagnie à numéro, et parfois c'est un nom utilisé pour la circonstance, sans lien apparent ni avec le film ni avec l'entreprise de production. Si bien qu'au total, la liste de la SODEC comportait 169 entreprises (noms différents) – qu'il est impossible de relier dans tous les cas à l'entreprise-mère – pour 230 films.

Pour tenter de contourner le problème, du moins dans le cas des longs métrages en VOF, nous avons utilisé les listes de longs métrages de langue française soutenus par Téléfilm Canada (FFLM ou FCT) entre 1991-1992 et 1999-2000, qui fournissent généralement le nom de la société-mère. Tous les longs métrages de langue française soutenus par TFC avaient une entreprise de production québécoise comme producteur ou coproducteur.

Ainsi, il nous a été possible de déterminer qu'au total, 53 maisons de production différentes ont produit ou coproduit les 103 longs métrages en VOF soutenus au cours de cette période; cela donne une moyenne de 1,9 film par entreprise au total cumulatif des neuf années de la période de référence, soit 0,2 film par année par entreprise.

Ces données révèlent que peu d'entreprises québécoises spécialisées dans la production de longs métrages de fiction réussissent à maintenir un rythme de production significatif et constant.

On pourrait classer les entreprises de production de longs métrages en quatre catégories :

1) celles, peu nombreuses, pour lesquelles la production de longs métrages de fiction destinés aux salles est à la fois *l'activité principale* et une *activité qui a réussi à se maintenir dans le temps*;

2) celles pour lesquelles c'est une activité *significative et constante* mais *complémentaire à une activité de production plus globale* — axée sur la production de séries dramatiques, de documentaires ou d'animation, etc.;

3) celles pour lesquelles c'est une activité ponctuelle, qui ne constitue pas une partie significative de l'activité de production globale;

4) celles, enfin, pour lesquelles activités de production et de distribution de longs métrages sont intégrées.

On pourrait considérer comme une cinquième catégorie les entreprises qui ont tenté de se développer comme maison de production spécialisée en longs métrages de fiction, qui ont produit deux ou trois longs métrages mais qui ont éprouvé par la suite des problèmes de continuité.

4.1.4 LES FORMES DE L'AIDE PUBLIQUE

Le tableau 4/28 distribue les différents programmes d'aide au développement et à la production de longs métrages selon leurs destinataires (individus/entreprises), leur finalité (aide aux projets spécifiques/aide à l'activité globale d'une entreprise), leurs modalités (sélectives/automatiques) et le fait qu'ils s'appliquent à l'étape du développement ou de la production. Nous énumérons ici les aides qui s'adressent au secteur privé; les aides qui s'adressent plus particulièrement aux productions et au secteur indépendant au sens de la SODEC sont abordées à la section 4.3.3.

La majorité des programmes d'aide publique sont des aides aux projets, c'est-à-dire qu'ils concourent à la réalisation d'un projet spécifique et sont liés à la vie économique de ce projet.

Les programmes administrés par les sociétés d'aide (SODEC, Téléfilm), en développement comme en production, sont généralement sélectifs, c'est-à-dire qu'il y a sélection basée sur une appréciation qualitative et subjective de la valeur du projet et que, si le projet franchit cette première étape, le niveau de participation financière de la société dans le projet demeurera à sa discrétion et sera influencé par différents facteurs dont l'ampleur de la demande par rapport à ses ressources financières annuelles globales, qui sont limitées. Les aides sélectives aux projets favorisent généralement l'atteinte d'objectifs de pertinence culturelle, d'innovation, de répartition linguistique ou régionale, etc.

Les aides fiscales (CIR) sont de nature automatique, c'est-à-dire que toute production qui remplit les critères d'admissibilité a droit à une aide dont l'ampleur est déterminée à l'avance, et il n'y a pas de plafond aux ressources globales affectées au programme, dont la taille est fonction du volume de productions admissibles. Les aides automatiques aux projets favorisent généralement la création et une plus grande diversité de projets; elles facilitent la planification du montage financier et favorisent la stabilité des entreprises comme l'accroissement du volume global de production.

Le programme d'exemption fiscale sur les revenus de droits d'auteur constitue également une forme d'aide automatique aux créateurs, puisque là aussi tous les créateurs percevant des droits d'auteur ont droit automatiquement à un même niveau d'exemptions fiscales. Ce n'est pas une aide aux projets; c'est une aide après le fait et qui n'implique pas d'obligation de réinvestissement.

La SODEC administre également un programme d'aide automatique à la production de longs métrages de fiction de langue française, accessible à tous les longs métrages qui se qualifient (un des critères de qualification est de ne pas avoir obtenu d'aide sélective au financement de la SODEC) et dont le niveau de participation est prédéterminé : 20 % des revenus de marchés québécois et étrangers inclus dans la structure financière.

Tableau 4/28
FORMES D'AIDE PUBLIQUE S'ADRESSANT À LA PRODUCTION DE LONGS MÉTRAGES DE FICTION POUR SALLES (SECTEUR PRIVÉ)

AIDE AUX PROJETS (accessible aux individus)	AIDE AUX PROJETS (accessible aux entreprises)	AIDE AUX ENTREPRISES
Aides sélectives	**Aides sélectives**	**Aides sélectives**
Développement : - Aide sélective aux scénaristes et scénaristes-réalisateurs (SODEC) - Aide à la scénarisation du Programme d'aide aux jeunes créateurs (SODEC) - Programme d'aide à l'écriture de scénario (Téléfilm)[1]	**Développement :** - Aide sélective, secteur privé (SODEC) - Aide à la scénarisation du Programme d'aide aux jeunes créateurs (SODEC) - Aide au développement, FFLM (Téléfilm)	**Développement :** - Aide corporative, secteur privé (SODEC)
Production :	**Production :** - Aide à la production de longs métrages, secteur privé (SODEC) - Aide à la production de longs métrages, documentaires ou fiction - Jeunes créateurs (SODEC) - Aide à la production, FFLM (Téléfilm) - Fonds d'aide aux activités commerciales de production (Téléfilm) - Aide à la production de longs métrages, volet PDD (FCT) - Mini-traités (Téléfilm)	**Production :** - Financement des entreprises – escompte de contrats, fonds de roulement, acquisition d'immobilisations (SODEC) - FIDEC - FICC - Banque fédérale de développement, FDIC
Aides automatiques	**Aides automatiques**	**Aides automatiques**
- Exemption fiscale sur revenus de droits d'auteur (Québec)	- CIR québécois - CIR fédéral - Aide automatique aux longs métrages de fiction (SODEC)	- Programme de partage des revenus de production (Téléfilm)

[1] Il s'agit d'un nouveau programme qui n'existait pas en 1999-2000.

Il y a peu de programmes d'aide qui s'adressent aux activités globales d'une entreprise (ensemble de projets non présélectionnés sur une base sélective).

En développement, la SODEC a mis sur pied un programme d'aide corporative au secteur privé, qui permet à des entreprises qui doivent se qualifier sur la base de leur bilan de production (nombre et nature des longs métrages québécois produits dans les dernières années) et peuvent ensuite recevoir une enveloppe globale de développement pour des projets de leur choix, qui doivent répondre aux critères habituels de reconnaissance d'un film québécois et à d'autres critères plus sélectifs (jeunes créateurs, adaptation d'autres films québécois, etc.). En production, par ailleurs, Téléfilm Canada a un programme de partage des revenus de production qui permet aux entreprises qui se qualifient sur la base de l'importance des remboursements qu'elles ont effectués sur les investissements antérieurs de Téléfilm, de disposer là aussi d'une enveloppe que l'organisme investit dans les projets de son choix, pourvu toujours qu'ils répondent par ailleurs aux critères d'admissibilité.

Ces formes d'aide à l'entreprise favorisent et récompensent la continuité et la productivité des entreprises, contribuent à leur stabilité et favorisent l'autonomie créative des producteurs.

Les autres types d'aide à l'entreprise sont plus de nature bancaire : financement intérimaire, fonds de roulement, crédits d'anticipation, acquisition d'immobilisations, prises de participation, etc.

4.2 LA TÉLÉVISION

4.2.1 LA PRODUCTION

De 1991-1992 à 1999-2000, le volume de production des émissions télévisuelles ayant bénéficié du programme de crédit d'impôt du Québec a atteint 2,8 milliards de dollars. Ce volume de production a permis le financement de 1 456 projets procurant 15 405 heures de programmation aux télédiffuseurs.

Tableau 4/29
Évolution du volume de production en heures et en argent
1992-1994 à 1998-2000 (neuf années)

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)
Nombre de projets	260	407	57 %	789	94 %	1 456
Devis totaux (000 000 $)	450,5	850,0	89 %	1 498,9	76 %	2 799,4
Moyenne des coûts horaires	158 161	176 955	12 %	193 365	9 %	181 737
Heures de programmation	2 849	4 804	69 %	7 752	61 %	15 404

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

Selon ces données globales, pour l'ensemble des projets (genres et langues confondus), la production télévisuelle québécoise progresse de façon constante tant en ce qui concerne le nombre de projets que les devis totaux de production ainsi que le total des heures de programmation. On constate cependant que c'est du côté des coûts horaires moyens que la progression est plutôt faible.

Différents facteurs ont contribué à l'augmentation du volume de production. Tout d'abord, mentionnons que pratiquement tous les nouveaux fonds de soutien créés par les distributeurs de radiodiffusion (EDR) et les radiodiffuseurs pour répondre aux obligations réglementaires du CRTC sont destinés au financement de la production télévisuelle canadienne. Ainsi, a été créé en 1995 le Fonds des câblodistributeurs, qui est devenu, en 1996, le Fonds canadien de télévision, alimenté par les distributeurs de radiodiffusion et le gouvernement canadien. En 1995, le gouvernement canadien instaurait un programme de crédit d'impôt au soutien de la production canadienne. Ces nouvelles sources de financement, couplées à une demande accrue d'émissions de télévision à la suite de l'octroi de nouveaux canaux spécialisés au cours des années, ont contribué à l'augmentation du volume de production.

4.2.1.1 Le volume de production selon la langue de tournage

Si l'on compare les données globales selon la langue de tournage, on peut constater que les productions de langue française connaissent une progression moins importante, pour l'ensemble des points analysés, que les productions de langue anglaise.

L'analyse des coûts horaires moyens démontre une très faible augmentation des productions de langue française dans la première période (+4 %) et une diminution de 4 % dans la deuxième période analysée. Cela s'explique en partie par une augmentation plus importante de productions à faible budget pour répondre notamment à la demande de plus en plus croissante des canaux spécialisés et aussi à une augmentation de la production sérielle qui permet des économies d'échelle. On constate donc un coût horaire moyen stable au cours des neuf dernières années pour les productions de langue française. Compte tenu de l'inflation qui joue dans cette industrie comme dans toutes les autres, c'est une diminution de la moyenne du coût horaire que l'on constate.

Par ailleurs, les coûts horaires moyens pour les émissions de langue anglaise, après avoir connu une augmentation de 25 % pour la première période analysée, ont connu une baisse de 1 % au cours de la dernière période.

Il est intéressant de constater que le nombre d'heures de programmation fournies par la production de langue française est nettement supérieur en proportion du nombre de projets. Ainsi, pour toute la période analysée, 1 113 projets de langue française ont fourni 13 737 heures de programmation (12 pour 1), alors que les productions de langue anglaise, avec 343 projets, fournissaient 1 667 heures de programmation (5 pour 1).

Tableau 4/30
Évolution du volume de production en heures et en argent
par langue de tournage
1992-1994 à 1998-2000 (neuf années)

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)
Version originale française						
Nombre de projets	211	320	52 %	582	82 %	1 113
Devis totaux (000 000 $)	323,7	565,2	75 %	842,0	49 %	1 731,0
Moyenne des coûts horaires	124 053	129 238	4 %	124 678	-4 %	126 011
Heures de programmation	2 610	4 374	68 %	6 754	54 %	13 737
Version originale anglaise/autre						
Nombre de projets	49	87	78 %	207	138 %	343
Devis totaux (000 000 $)	126,8	284,8	125 %	656,9	131 %	1 068,4
Moyenne des coûts horaires	530 559	662 280	25 %	658 169	-1 %	640 934
Heures de programmation	239	430	80 %	998	132 %	1 667

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

4.2.1.2 Le volume de production selon les genres

Comme nous l'avons mentionné plus haut, la production télévisuelle québécoise a progressé de façon constante au cours des neuf dernières années. Nous avons analysé cette progression selon les différents genres, ce qui nous permet de constater comment évolue la production télévisuelle de langues française et anglaise.

Émissions de langue française

– Émissions de magazines, variétés, captation de variétés et jeux[14]

On remarque que ce sont les émissions de variétés et de magazines qui ont connu la plus importante augmentation du nombre d'heures de programmation sur l'ensemble de la période. Les émissions de captation de variétés ainsi que les jeux ont aussi connu une augmentation importante, soit de 250 % pour les captations et de 450 % pour les jeux.

Malgré cette demande accrue pour ce genre d'émissions, on constate que la moyenne des coûts horaires baisse de façon constante, à l'exception des captations de variétés qui ont connu une augmentation de 81 % du coût horaire moyen au cours du dernier bloc de trois ans, soit 1998-2000.

Cette augmentation importante d'heures de programmation a été stimulée par l'accroissement du nombre de canaux spécialisés, qui créent une demande constante pour ce genre d'émissions – particulièrement les magazines – peu dispendieuses à acquérir pour le diffuseur. Quant aux émissions de variétés, la demande est venue davantage de la télévision conventionnelle privée que des services spécialisés. Par exemple, TQS a délaissé progressivement la diffusion de dramatiques pour diffuser davantage d'émissions de variétés et de magazines.

– Émissions d'animation

Ce genre de programmation très coûteuse à produire a quand même connu une augmentation importante en nombre d'heures de programmation et de coûts horaires moyens au cours de neuf dernières années. En moyenne, les devis totaux ont augmenté de 468 % au cours de la période. Alors qu'ils étaient de 29,3 millions de dollars en 1992-1994, ils sont passés à 166,6 millions en 1998-2000.

Les heures de programmation ont évolué à la hausse avec une augmentation de 250 % pour les neuf années de référence, passant de 104 heures en 1992-1994 à 365 heures en 1998-2000. Par ailleurs, la moyenne du coût horaire a augmenté de 62 % au cours des neuf dernières années, ce qui situe ce genre de programmation en première place des augmentations des coûts horaires pour les productions francophones.

Cela s'explique par le fait que ce genre de production sont généralement des coproductions dont les budgets sont nettement supérieurs à la moyenne.

---

[14] Ici, les jeux télévisés sont des émissions destinées uniquement aux enfants.

De plus, une augmentation de la demande a été en partie provoquée par l'apparition (en 1996) de Télétoon/Teletoon, deux services spécialisés qui se consacrent exclusivement à l'animation. Il est important de noter qu'en animation, la langue originale du projet est celle de la source adaptée ou du concepteur original. Cependant, la production télévisuelle qui en résulte est aisément adaptable dans toutes les langues, d'où un potentiel de rayonnement international plus grand et des budgets horaires plus élevés.

– Émissions de documentaires

Ici, on constate une augmentation importante du nombre de projets (+127 %) et du nombre d'heures de programmation (+113 %). Les devis totaux ont augmenté de plus de 75 %, passant de 57 millions de dollars en 1992-1994 à 100,3 millions en 1998-2000.

Cependant, on remarquera que la moyenne des coûts horaires a connu une baisse constante au cours des années. Le coût horaire moyen en 1992-1994, qui était de 163 047 $, est passé à 134 486 $ en 1998-2000, soit une baisse de 17,5 %.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette diminution du coût horaire des documentaires. Tout d'abord, une demande accrue de la part des canaux spécialisés pour certains types de documentaires, biographiques par exemple, a certainement contribué à faire diminuer le coût horaire. De plus, le financement pour ce type de production, particulièrement francophone, est très difficile à compléter de sorte que les producteurs ont tendance à diminuer leurs budgets pour pouvoir réaliser de telles émissions. Un autre facteur qui aurait pu contribuer à faire diminuer les coûts horaires relèverait des changements techniques (tournage et montage vidéo puis montage numérique) ou des changements d'approche cinématographique (plus de reportages, plus de montage d'archives).

– Émissions de fiction

Le nombre d'heures de programmation des émissions de fiction a connu une baisse constante au cours des années. Entre le premier et le dernier bloc étudié, on constate une diminution de 28,5 % des heures de programmation, qui sont passées de 1 886 heures en 1992-1994 à 1 348 heures en 1998-2000. De plus, la moyenne des coûts horaires a sensiblement augmenté, passant de 115 853 $ en 1992-1994 à 258 722 $ en 1998-2000.

Par contre, le nombre de projets a augmenté légèrement au cours des années. En 1992-1994, on comptait 93 projets de ce type alors qu'en 1998-2000 on en dénombrait 122, soit une augmentation de 31 % pour la période évaluée. Compte tenu du fait que les émissions de ce genre sont en général des séries, les données nous indiquent que le nombre d'épisodes est moins grand par projet, et ce, année après année. En examinant plus spécifiquement les données de la SODEC, on constate que ce sont les émissions d'une demi-heure qui ont vraiment connu une diminution importante du nombre d'épisodes par projet et forcément du nombre d'heures de programmation.

Tableau 4/31
Évolution des émissions de fiction d'une demi-heure
1992-1994 à 1998-2000 (9 années)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL (9 ans)	Écart %
Nombre de projets	48	44	64	156	33 %
Nombre total d'épisodes	2 985	2 434	1 572	6 991	-47 %
Moyenne d'épisodes par projet	62	55	25	45	-60 %
Moyenne des coûts par épisode ($)	20 925	29 292	62 819	33 258	200 %
Heures de programmation	1 493	1 217	786	3 496	-47 %

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

Les séries de fiction d'un format d'une demi-heure s'adressent surtout aux enfants. Nous avons donc examiné l'évolution des émissions de fiction de ce format s'adressant à ce public. Les données nous montrent clairement que c'est dans ce type de programmation que la baisse des émissions de fiction s'est fait le plus sentir au cours des années; cette baisse touche les heures de programmation et le nombre de projets. Cependant, on constate que les coûts par épisode ont augmenté de façon constante au cours des années, pour se situer au-dessus de la moyenne des coûts par épisode des émissions de même format s'adressant à un public autre que celui des enfants.

Tableau 4/32
Évolution des émissions de fiction (1/2 h) pour enfants
1992-1994 à 1998-2000 (9 années)

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL (9 ans)	Écart %
Nombre de projets	48	36	41	125	-15 %
Nombre total d'épisodes	3 172	2 345	1 473	6 990	-54 %
Moyenne d'épisodes par projets	66	65	36	56	-45 %
Moyenne des coûts par épisode ($)	26 432	36 211	82 269	41 479	211 %
Heures de programmation	1 586	1 173	737	3 495	-54 %

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

Tableau 4/33
Évolution du volume de production francophone
selon les genres
1992-1994 à 1998-2000 (9 années)

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)	Écart % (9ans)
Documentaires							
Nombre de projets	88	125	42 %	200	60 %	413	127,27 %
Devis totaux (000 000 $)	57,1	70,6	24 %	100,3	42 %	228,0	75,81 %
Moyenne des coûts horaires ($)	163 047	124 091	-24 %	134 486	8 %	136 938	-17,52 %
Heures de programmation	350	569	63 %	746	31 %	1 665	113,14 %
Fiction							
Nombre de projets	93	105	13 %	122	16 %	320	31,18 %

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)	Écart % (9ans)
Devis totaux (000 000 $)	218,5	328,6	50 %	348,8	6 %	895,9	59,62 %
Moyenne des coûts horaires ($)	115 853	195 505	69 %	258 722	32 %	182 279	123,32 %
Heures de programmation	1 886	1 681	-11 %	1 348	-20 %	4 915	-28,53 %
Animation							
Nombre de projets	7	10	43 %	24	140 %	41	242,86 %
Devis totaux (000 000 $)	29,3	73,8	152 %	166,6	126 %	269,8	468,51 %
Moyenne des coûts horaires ($)	281 856	488 844	73 %	456 570	-7 %	435 124	61,99 %
Heures de programmation	104	151	45 %	365	142 %	620	250,96 %
Jeux							
Nombre de projets	2	3	50 %	9	200 %	14	350,00 %
Devis totaux (000 000 $)				15,4		18,9	
Moyenne des coûts horaires ($)				52 981		48 114	
Heures de programmation	52	51	-2 %	290	469 %	393	457,69 %
Magazines							
Nombre de projets	11	35	218 %	122	249 %	168	1009,09 %
Devis totaux (000 000 $)	6,1	48,2	692 %	113,5	136 %	167,7	1767,13 %
Moyenne des coûts horaires ($)	42 802	41 984	-2 %	42 535	1 %	42 385	-0,63 %
Heures de programmation	142	1 147	708 %	2 668	133 %	3 957	1778,87 %
Variétés							
Nombre de projets	10	31	210 %	52	68 %	93	420,00 %
Devis totaux (000 000 $)	12,1	37,6	211 %	77,6	106 %	127,2	542,99 %
Moyenne des coûts horaires ($)	158 703	52 542	-67 %	67 438	28 %	65 558	-57,51 %
Heures de programmation	76	715	841 %	1 150	61 %	1 940	1413,16 %
Variétés/captation							
Nombre de projets	-	11		53	382 %	64	
Devis totaux (000 000 $)		3,6		19,9	454 %	23,5	
Moyenne des coûts horaires ($)		58 815		106 315	81 %	94 631	
Heures de programmation		61		187	207 %	248	

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

Émissions de langues anglaise et autres[15]

Cette production est surtout concentrée dans trois genres, soit les documentaires, la fiction et l'animation. Depuis 1995, nous constatons un léger intérêt pour les genres magazines et variétés, mais cela reste marginal.

– Émissions de fiction

C'est ce type de production qui a augmenté de façon constante et importante au cours des années. En 1992-1994, on comptait 27 projets pour des devis de production totaux de 91,6 millions de dollars alors qu'en 1998-2000, on dénombrait 61 projets pour des devis de production totaux de 352,3 millions. La moyenne des devis totaux passait de 3,4 millions à 5,8 millions de dollars. Alors qu'on remarquait une augmentation importante des coûts horaires

[15] Comprend les émissions anglophones et les doubles tournages (français/anglais, français/autre langue, anglais/autre langue).

en 1995-1997 (+107 %), un redressement semble s'être fait en 1998-2000 de sorte que les coûts horaires pour ce type d'émissions ont augmenté de 18 % pour la période étudiée.

– Émissions de documentaires

Ici, le nombre de projets a quadruplé au cours de la période étudiée et les devis totaux sont dix fois plus élevés. Contrairement à ce que l'on a constaté pour les émissions de documentaires de langue française, les coûts horaires moyens ont connu une légère diminution au cours des années. C'est en 1995-1997 qu'on note une augmentation importante du nombre d'heures de programmation.

– Émissions d'animation

Ces émissions, qui s'adressent essentiellement aux enfants, ont connu une augmentation importante tant en ce qui a trait au nombre de projets qu'en ce qui concerne les devis de production, au cours des neuf dernières années. En moyenne, les devis totaux ont augmenté de 664 % et les heures de programmation de 581 %. Seuls les coûts horaires moyens se sont maintenus, passant de 623 148 $ en 1992-1994 à 699 070 $ en 1998-2000.

– Émissions de magazines

On ne comptait aucune émission de ce type au cours des trois premières années étudiées. Ce n'est qu'en 1995-1997 qu'on voit apparaître ce genre de programmation. L'arrivée de Global dans le marché québécois et la venue de nouveaux canaux spécialisés anglophones peuvent expliquer cette variation. Tous les points étudiés augmentent de façon importante au cours des six dernières années. De 52 heures de programmation de ce type en 1995-1997, nous passons à 154 heures en 1998-2000, soit une moyenne de 51 heures par année.

Quant au coût horaire moyen, il passe de 48 708 $ en 1995-1997 à 95 702 $ en 1998-2000, l'inverse de ce que l'on constatait pour les productions de langue française du même genre qui, elles, voyaient les coûts horaires moyens diminuer de façon importante.

– Émissions de variétés et variétés/captation

Ce genre de programmation, inexploité en 1992-1994, apparaît en 1995-1997 grâce au soutien du programme de crédit d'impôt. Au cours des deux derniers blocs, on observe que, pour un nombre de projets à peu près semblable, les devis totaux diminuent, de même que les heures de programmation.

Tableau 4/34
Évolution du volume de production anglophone/autre
selon les genres
1992-1994 à 1998-2000 (9 années)

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)	Écart %
Documentaires							
Nombre de projets	15	41	173 %	77	88 %	133	413,3 %
Devis totaux (000 000 $)	5,6	17,7	217 %	55,5	214 %	78,8	895,0 %
Moyenne des coûts horaires ($)	328 379	261 925	-20 %	324 832	24 %	308 448	-1,1 %
Heures de programmation	17	68	297 %	171	153 %	256	905,9 %
Fiction							
Nombre de projets	27	27	0 %	61	126 %	115	125,9 %
Devis totaux (000 000 $)	91,6	224,1	145 %	352,3	57 %	668,0	284,6 %
Moyenne des coûts horaires ($)	525 052	1 084 992	107 %	1 281 269	18 %	1 018 325	144,0 %
Heures de programmation	175	207	18 %	275	33 %	656	57,6 %
Animation							
Nombre de projets	7	10	43 %	27	170 %	44	285,7 %
Devis totaux (000 000 $)	29,6	39,3	33 %	226,1	476 %	295,0	664,0 %
Moyenne des coûts horaires ($)	623 148	520 210	-17 %	699 070	34 %	660 750	12,2 %
Heures de programmation	48	76	59 %	324	328 %	447	581,1 %
Magazines							
Nombre de projets		3		16	433 %	19	433,3 %
Devis totaux (000 000 $)		2,5		14,7	488 %	17,2	487,5 %
Moyenne des coûts horaires ($)		48 708		95 702	96 %	83 925	96,5 %
Heures de programmation		52		154	199 %	206	199,0 %
Variétés							
Nombre de projets		6		7	17 %	13	16,7 %
Devis totaux (000 000 $)		1,3		,8	-33 %	2,1	-33,5 %
Moyenne des coûts horaires ($)		44 394		120 278	171 %	59 357	170,9 %
Heures de programmation		29		7	-75 %	36	-75,4 %
Variétés/captation							
Nombre de projets				19		19	
Devis totaux (000 000 $)				7,2		7,2	
Moyenne des coûts horaires ($)				107 083		107 083	
Heures de programmation				68		68	

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

4.2.1.3 La production entièrement québécoise ou la coproduction intracanadienne vs la coproduction internationale

Pour les mêmes raisons évoquées dans la partie traitant du cinéma, nous avons amalgamé les productions entièrement québécoises avec les coproductions intracanadiennes. Sur les 2,8 milliards de dollars de volume de production, 32 % (919 millions) sont pour des projets réalisés en coproduction internationale. Dans le cas des émissions en VOF, c'est 26 %; dans le cas des VOA/autres, c'est 42 % et ce pourcentage est constant au cours des années que nous avons analysées.

Tableau 4/35
Volume de production (en millions de dollars) des émissions de télévision québécoises
production nationale/coproduction internationale
1992-1994 à 1998-2000

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF	323,7	565,2	842,0	1 730,9
Québec-Canada	232,9	408,8	628,0	1 269,7
Coproduction internationale	90,8	156,4	214,0	461,2
VOA/autres	126,8	284,8	656,9	1 068,5
Québec-Canada	68,5	162,7	379,5	610,7
Coproduction internationale	58,3	122,1	277,4	457,8
TOTAL	450,5	850,0	1 498,9	2 799,4
Québec-Canada	301,4	571,5	1 007,5	1 880,4
Coproduction internationale	149,1	278,5	491,4	919,0

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

Les producteurs du Québec ont recours à la coproduction particulièrement pour financer des productions qui ne pourraient se faire sans un apport important de capitaux. On remarque que les coûts horaires moyens des émissions de langue française coproduites sont près de quatre fois plus élevés que pour les émissions qui ne sont pas coproduites (124 053 $ vs 494 662 $) et deux fois plus élevés pour les émissions de langue autre que française (530 559 $ vs 1 000 000 $). Au cours des années, on constate que le nombre de projets ayant recours à la coproduction augmente sans cesse aussi bien en français qu'en anglais. On constate aussi que les coûts horaires moyens ont diminué entre la période du deuxième et troisième bloc, soit 1995-1997 et 1998-2000, aussi bien pour les productions de langue française (-3 %) que pour les productions de langue anglaise (- 42 %). Cette diminution du coût horaire moyen a surtout affecté les productions de fiction.

Tableau 4/36
Évolution des coproductions internationales
selon les langues
1992-1994 à 1998-2000 (9 années)

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)
Nombre de projets	35	42	20 %	67	60 %	144
Devis totaux (000 000 $)	149,0	278,5	87 %	491,4	76 %	918,9
Moyenne des coûts horaires ($)	619 745	950 434	53 %	829 296	-13 %	816 060
Heures de programmation	241	293	22 %	593	102 %	1 126
Version originale française						
Nombre de projets	19	27	42 %	38	41 %	84
Devis totaux (000 000 $)	90,8	156,4	72 %	214,0	37 %	461,1
Moyenne des coûts horaires ($)	494 662	709 144	43 %	690 201	-3 %	645 797
Heures de programmation	184	221	20 %	310	41 %	714
Version originale autre que française						
Nombre de projets	16	15	-6 %	29	93 %	60
Devis totaux (000 000 $)	58,3	122,1	110 %	277,4	127 %	457,8
Moyenne des coûts horaires ($)	1 022 423	1 684 288	65 %	981 932	-42 %	1 111 128
Heures de programmation	57	73	27 %	283	290 %	412

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

4.2.1.4 L'évolution de la production régionale

Le volume de productions régionales a lui aussi connu une évolution positive au cours des années que nous avons étudiées. Le nombre de projets est passé de 18 à 40, avec des devis totaux allant de 9,3 millions de dollars en 1992-1994 à 13,7 millions en 1998-2000. Compte tenu d'une hausse importante du nombre d'heures de programmation produites en région (+ 79 %), les coûts horaires moyens totaux ont connu une diminution au cours des années.

On constate que ce sont les documentaires – le volume de production le plus important des productions régionales (182 heures) – qui ont connu une baisse du coût horaire, tout comme les autres documentaires francophones.

On remarque aussi qu'un genre d'émissions qui n'était pas produit en région en 1992-1994 a connu un essor en 1998-2000. Il s'agit de productions régionales d'émissions magazines (pour un volume de 4 millions de dollars) qui ont fourni 76 heures de programmation en 1998-2000, soit 42 % des heures de programmation globale.

Quant aux émissions de fiction, après avoir subi une diminution importante en 1995-1997, elles ont fait un bond important pour ce qui est de la moyenne des coûts horaires : alors que la moyenne des neuf ans indique un coût horaire moyen de 48 412 $, le coût horaire moyen en 1998-2000 était de 125 428 $. On remarquera que cette moyenne reste quand même moins importante que la moyenne des coûts horaires des émissions francophones réalisées dans la région métropolitaine.

Tableau 4/37
Évolution du volume de productions régionales
selon les genres
1992-1994 à 1998-2000 (9 années)

	1992-1994	1995-1997	Écart %	1998-2000	Écart %	TOTAL (9 ans)	Écart % (9 ans)
Nombre de projets	18	20	11 %	40	100 %	78	122 %
Devis totaux (000 000 $)	9,3	6,5	-30 %	13,7	110 %	29,5	47 %
Moyenne des coûts horaires ($)	93 086	108 606	17 %	76 595	-29 %	87 141	-18 %
Heures de programmation	100	60	-40 %	179	198 %	339	79 %
Documentaires							
Nombre de projets	12	17	42 %	23	35 %	52	92 %
Devis totaux (000 000 $)	7,9	5,8	-26 %	8,0	38 %	21,6	2 %
Moyenne des coûts horaires ($)	146 782	144 917	-1 %	90 664	-37 %	119 162	-38 %
Heures de programmation	54	40	-25 %	88	120 %	182	64 %
Fiction							
Nombre de projets	6	2	-67 %	8	300 %	16	33 %
Devis totaux (000 000 $)				1,8		3,6	
Moyenne des coûts horaires ($)				125 428		48 412	
Heures de programmation	47	14	-71 %	15	7 %	75	-69 %
Magazine							
Nombre de projets	-	1		9	800 %	10	800 %
Devis totaux (000 000 $)						4 262 493	
Moyenne des coûts horaires ($)						51 667	
Heures de programmation		7		76	1069 %	83	1069 %

Source : SODEC, compilation spéciale tirée des données de la certification des productions bénéficiant du programme de crédit d'impôt.

4.2.2 LE FINANCEMENT (trois dernières années)

Ce qui est analysé ici, c'est la structure financière des émissions de télévision qui comprennent les courts et moyens métrages de fiction, les documentaires et les émissions de télévision proprement dites. Les données utilisées ne permettent pas de faire de distinction selon la langue de tournage ou le fait qu'il s'agisse ou non d'une coproduction. Cependant, nous avons tenu à isoler chacune des catégories (courts et moyens métrages, documentaires et émissions télévisuelles) qui composent la production télévisuelle afin d'analyser l'évolution du financement selon chacune de ces catégories.

Nous avons regroupé les participations à la structure de financement de la même manière que cela a été fait pour les longs métrages de fiction : les revenus de marchés, le financement privé, le financement public et le financement étranger, soit la part étrangère de la coproduction.

Le tableau 4/38 présente les résultats de cette ventilation entre quatre grandes sources de financement, pour 821 projets de télévision entre 1997-1998 et 1999-2000.

Tableau 4/38
Structures financières des émissions de télévision admissibles au CIR québécois
1997-1998 à 1999-2000

Courts et moyens métrages de fiction **Sources de financement**	**1997-1998**	**% can**	**1998-1999**	**% can**	**1999-2000**	**% can**
Revenus de marchés	40 500,00	5 %	31 000,00	1 %	1 885 599,00	20 %
Financement privé	160 077,00	20 %	3 010 437,00	67 %	4 160 174,00	44 %
Financement public	617 327,00	75 %	1 432 624,00	32 %	3 500 834,00	37 %
Sous-total part canadienne	**817 904,00**		**4 474 061,00**		**9 546 607,00**	
Financement étranger (copro)	54 860,00		200 000,00		-	
TOTAL	**872 764,00**		**4 674 061,00**		**9 546 607,00**	
Nombre de projets	7		7		19	
Budget moyen	124 680,57		667 723,00		502 453,00	
Budget moyen part canadienne	116 843,43		639 151,57		502 453,00	
Documentaires						
Revenus de marchés	12 967 992,00	30 %	16 537 563,00	29 %	20 763 153,00	31 %
Financement privé	4 447 351,00	10 %	12 610 649,00	22 %	11 473 810,00	17 %
Financement public	25 719 759,00	60 %	27 036 578,00	48 %	35 704 686,00	53 %
Sous-total part canadienne	**43 135 102,00**		**56 184 790,00**		**67 941 649,00**	
Financement étranger (copro)	4 156 917,00		15 487 086,00		1 405 265,00	
TOTAL	**47 292 019,00**		**71 671 876,00**		**69 346 914,00**	
Nombre de projets	83		91		110	
Budget moyen	569 783,36		787 603,03		630 426,49	
Budget moyen part canadienne	519 700,02		617 415,27		617 651,35	
Émissions télévisuelles						
Revenus de marchés	121 583 976,00	41 %	167 246 369,00	47 %	205 949 537,00	47 %
Financement privé	55 994 459,00	19 %	43 636 769,00	12 %	45 402 255,00	10 %
Financement public	120 585 008,00	40 %	144 434 361,00	41 %	186 923 831,00	43 %
Sous-total part canadienne	**298 163 443,00**		**355 317 499,00**		**438 275 623,00**	
Financement étranger (coprod.)	79 730 872,00		65 770 309,00		132 154 867,00	
TOTAL	**377 894 315,00**		**421 087 808,00**		**570 430 490,00**	
Nombre de projets	154		136		214	
Budget moyen	2 453 859,19		3 096 233,88		2 665 563,04	
Budget moyen part canadienne	1 936 126,25		2 612 628,67		2 048 016,93	
Production télévisuelle totale						
Revenus de marchés	134 592 468,00	39 %	183 814 932,00	44 %	228 598 289,00	44 %
Financement privé	60 601 887,00	18 %	59 257 855,00	14 %	61 036 239,00	12 %
Financement public	146 922 094,00	43 %	172 903 563,00	42 %	226 129 351,00	44 %
Sous-total part canadienne	**342 116 449,00**		**415 976 350,00**		**515 763 879,00**	
Financement étranger (coprod.)	83 942 649,00		81 457 395,00		133 560 132,00	
TOTAL	**426 059 098,00**		**497 433 745,00**		**649 324 011,00**	
Nombre de projets	244		234		343	
Budget moyen	1 746 143,84		2 125 785,24		1 893 072,92	
Budget moyen part canadienne	1 402 116,59		1 777 676,71		1 503 684,78	

Source : SODEC, *Statistiques de l'industrie du film.*

On constate qu'entre 1997-1998 et 1999-2000, le nombre de projets a augmenté de façon importante, passant de 244 à 343 (+ 40 %), avec une augmentation du volume de production global de 53 % (de 426 millions de dollars en 1997-1998 à 649 millions en 1999-2000).

On remarque, pour l'ensemble de la production télévisuelle, que les revenus de marché, après avoir connu une augmentation de 13 % en 1998-1999, sont restés stables en 1999-2000. Seul l'investissement privé a connu une baisse au cours des années, qui a été comblée par du financement public. Depuis la disparition de la déduction pour amortissement (DPA) et de son remplacement par des programmes de CIR, il n'y a pratiquement plus d'investissements privés dans le financement de la production télévisuelle, d'autant plus que le financement d'une production entraîne une réduction équivalente du crédit d'impôt fédéral. Seuls des investisseurs prescrits comme les diffuseurs, les sociétés créées spécifiquement en vue du financement de la production, etc., ne pénalisent pas la production.

Le financement privé dans la production télévisuelle provient essentiellement d'investissements ou d'emprunts du producteur, d'investissements des diffuseurs ou de fonds privés créés à la suite d'exigences du CRTC ou à titre de bénéfices tangibles octroyés lors d'une transaction d'entreprise de radiodiffusion.

Tableau 4/39
Sources de financement en pourcentage de la part canadienne totale
1997-1998 à 1999-2000

Sources de financement en % de la part canadienne	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Revenus de marchés	39 %	44 %	44 %	13 %
Financement privé	18 %	14 %	12 %	-33 %
Financement public	43 %	42 %	44 %	2 %
Part canadienne	100 %	100 %	100 %	

4.2.2.1 Les revenus de marchés

Les revenus de marchés sont composés de préventes faites aux diffuseurs ainsi que d'avances de distributeurs canadiens, de distributeurs étrangers et d'exportateurs.

On constate que ce sont les préventes aux diffuseurs qui constituent la partie la plus importante de la structure de financement. Elles représentent, pour l'ensemble de la production télévisuelle, une moyenne de 19 % de la structure financière. Cette moyenne diminue à 17 % dans le cas des documentaires et est non significative dans la structure financière des courts et moyens métrages de fiction.

Tableau 4/40
Revenus de marchés des émissions de télévision
1997-1998 à 1999-2000

Courts et moyens métrages	**1997-1998**	**1998-1999**	**1999-2000**	**Écart 1997-1998/ 1999-2000**
Sources de financement				
Télédiffuseurs francophones	15 500,00	23 500,00	45 300,00	192 %
Télédiffuseurs anglophones		4 500,00		
Télédiffuseurs horsQuébec			17 500,00	
Sous-total	*15 500,00*	*28 000,00*	*62 800,00*	305 %
Distributeurs	25 000,00	3 000,00	128 500,00	414 %
Exportateurs				
Distributeurs étrangers			1 694 299,00	
Sous-total	*25 000,00*	*3 000,00*	*1 822 799,00*	7191 %
Total	**40 500,00**	**31 000,00**	**1 885 599,00**	4556 %
En % de la part canadienne	5 %	1 %	20 %	299 %
Documentaires				
Télédiffuseurs francophones	6 549 116,00	6 420 986,00	10 844 141,00	66 %
Télédiffuseurs anglophones	1 098 729,00	1 216 576,00	1 051 353,00	-4 %
Télédiffuseurs horsQuébec	303 684,00	2 040 262,00	545 533,00	80 %
Sous-total	*7 951 529,00*	*9 677 824,00*	*12 441 027,00*	56 %
Distributeurs	1 626 459,00	6 296 983,00	5 082 826,00	213 %
Exportateurs		279 300,00	177 300,00	
Distributeurs étrangers	3 390 004,00	283 456,00	3 062 000,00	-10 %
Sous-total	*5 016 463,00*	*6 859 739,00*	*8 322 126,00*	66 %
Total	**12 967 992,00**	**16 537 563,00**	**20 763 153,00**	60 %
En % de la part canadienne	30 %	29 %	31 %	2 %
Émissions de télévision				
Télédiffuseurs francophones	57 871 916,00	57 773 199,00	95 109 681,00	64 %
Télédiffuseurs anglophones	4 715 485,00	6 965 911,00	10 444 814,00	122 %
Télédiffuseurs horsQuébec	14 458 696,00	6 733 167,00	6 154 208,00	-57 %
Sous-total	*77 046 097,00*	*71 472 277,00*	*111 708 703,00*	45 %
Distributeurs	21 597 261,00	17 130 323,00	48 340 821,00	124 %
Exportateurs	4 644 367,00	16 229 818,00	22 433 142,00	383 %
Distributeurs étrangers	18 296 251,00	62 413 951,00	23 466 871,00	28 %
Sous-total	*44 537 879,00*	*95 774 092,00*	*94 240 834,00*	112 %
Total	**121 583 976,00**	**167 246 369,00**	**205 949 537,00**	69 %
En % de la part canadienne	41 %	47 %	47 %	15 %
Production télévisuelle totale				
Télédiffuseurs francophones	64 436 532,00	64 217 685,00	105 999 122,00	65 %
Télédiffuseurs anglophones	5 814 214,00	8 186 987,00	11 496 167,00	98 %
Télédiffuseurs horsQuébec	14 762 380,00	8 773 429,00	6 717 241,00	-54 %
Sous-total	*85 013 126,00*	*81 178 101,00*	*124 212 530,00*	46 %
Distributeurs	*23 248 720,00*	*23 430 306,00*	*53 552 147,00*	130 %
Exportateurs	4 644 367,00	16 509 118,00	22 610 442,00	387 %
Distributeurs étrangers	21 686 255,00	62 697 407,00	28 223 170,00	30 %
Sous-total	*49 579 342,00*	*102 636 831,00*	*104 385 759,00*	111 %
Total	**134 592 468,00**	**183 814 932,00**	**228 598 289,00**	70 %
En % de la part canadienne	39 %	44 %	44 %	13 %

On constate que c'est la production de documentaires qui connaît une stagnation des revenus de marchés qui se maintient toujours autour de 30 % de la part canadienne des devis. De même, on constate que pour ce genre, ce sont les exportateurs et les distributeurs étrangers qui ont sensiblement diminué leur participation dans la structure financière.

Malgré ces écarts, les revenus de marchés ont plafonné à 44 % au cours des deux dernières années. Il semblerait que lorsqu'un partenaire diminue sa participation, les producteurs se tournent vers un autre pour combler le manque à gagner de sorte que nous n'assistons à aucune progression de ces revenus.

Tableau 4/41
Revenus de marchés en pourcentage de la part canadienne
1997-1998 à 1999-2000

Courts et moyens métrages				**Écart 97-98**
Sources de financement	**1997-1998**	**1998-1999**	**1999-2000**	**1999-2000**
Télédiffuseurs	1,90 %	0,63 %	0,66 %	-65 %
Distributeurs	3,06 %	0,07 %	1,35 %	-56 %
Sous-total	*4,95 %*	*0,69 %*	*2,00 %*	-60 %
Exportateurs	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
Distributeurs étrangers	0,00 %	0,00 %	17,75 %	
Sous-total	*0,00 %*	*0,00 %*	*17,75 %*	
Total	**4,95 %**	**0,69 %**	**19,75 %**	299 %
Documentaires				
Télédiffuseurs	18,43 %	17,22 %	18,31 %	-1 %
Distributeurs	3,77 %	11,21 %	7,48 %	98 %
Sous-total	*22,20 %*	*28,43 %*	*25,79 %*	16 %
Exportateurs	0,00 %	0,50 %	0,26 %	-48 %
Distributeurs étrangers	7,86 %	0,50 %	4,51 %	-43 %
Sous-total	*7,86 %*	*1,00 %*	*4,77 %*	-39 %
Total	**30,06 %**	**29,43 %**	**30,56 %**	2 %
Émissions télévision				
Télédiffuseurs	25,84 %	20,12 %	25,49 %	-1 %
Distributeurs	7,24 %	4,82 %	11,03 %	52 %
Sous-total	*33,08 %*	*24,94 %*	*36,52 %*	10 %
Exportateurs	1,56 %	4,57 %	5,12 %	229 %
Distributeurs étrangers	6,14 %	17,57 %	5,35 %	-13 %
Sous-total	*7,69 %*	*22,13 %*	*10,47 %*	36 %
Total	**40,78 %**	**47,07 %**	**46,99 %**	15 %
Production télévisuelle totale				
Télédiffuseurs	24,85 %	19,52 %	24,08 %	-3 %
Distributeurs	6,80 %	5,63 %	10,38 %	53 %
Sous-total	*31,64 %*	*25,15 %*	*34,47 %*	9 %
Exportateurs	1,36 %	3,97 %	4,38 %	223 %
Distributeurs étrangers	6,34 %	15,07 %	5,47 %	-14 %
Sous-total	7,70 %	19,04 %	9,86 %	28 %
Total	**39,34 %**	**44,19 %**	**44,32 %**	13 %

On remarquera que la participation des diffuseurs aux revenus de marchés n'augmente pas au cours des années et aurait plutôt tendance à diminuer légèrement. Ce sont les distributeurs (+53 %) et les exportateurs (+223 %) qui ont augmenté largement leur participation aux revenus de marchés au cours des trois dernières années.

On s'aperçoit aussi que les avances ou préventes provenant du marché québécois permettent de couvrir environ 35 % de la structure de financement canadienne alors que les avances du marché étranger ne couvrent que 10 % de la structure de financement en 1999-2000.

Il faut noter que ces données incluent les films format géant, qui sont classés selon leur genre dans la catégorie « courts et moyens métrages de fiction » ou dans la catégorie « documentaires ». Cela peut expliquer les fluctuations annuelles très importantes d'une année sur l'autre dans la ventilation entre les quatre grandes sources de financement, surtout dans le cas des courts et moyens métrages de fiction, comme dans la ventilation du budget moyen par projet, selon que pour une année donnée ce volet inclut ou non un ou plusieurs films format géant. Sur la structure de financement des films format géant, voir le chapitre 4.4.

4.2.2.2 Le financement privé

Le financement privé est composé des investissements propres des producteurs ainsi que des emprunts qu'ils contractent, des différés des équipes de création et des maisons de service, des apports des commanditaires et des investissements de partenaires tels les diffuseurs et les fonds privés. Nous avons isolé la partie du financement privé du Fonds canadien de télévision (FCT), volet Participation aux droits de diffusion (PDD), qui est une participation financière des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) au FCT.

Tableau 4/42
Financement privé des émissions de télévision
1997-1998 à 1999-2000

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Courts et moyens métrages				
Sources de financement				
Producteur	64 158,00	1 614 447,00	3 816 384,00	5848 %
Différés (équipe de création)	92 319,00	139 258,00	282 609,00	206 %
Différés (maison de service)				
Prêts et commandites	3 600,00	1 256 732,00	61 181,00	1599 %
Investissements diffuseurs fr.				
Investissements diffuseurs angl.				
Investissements de distributeurs				
Fonds canadien de télévision				
PDD				
Autres investissements				
Avances spéciales				
Apports nets d'investisseurs				
TOTAL	**160 077,00**	**3 010 437,00**	**4 160 174,00**	2499 %

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Documentaires				
Sources de financement				
Producteur	2 377 959,00	4 936 708,00	5 279 201,00	122 %
Différés (équipe de création)	411 638,00	50 657,00	50 000,00	-88 %
Différés (maison de service)		6 534,00		
Prêts et commandites	1 001 553,00	6 862 429,00	5 453 071,00	444 %
Investissements diffuseurs fr.	193 034,00	446 500,00	162 000,00	-16 %
Investissements diffuseurs angl.	216 809,00	250 200,00	462 052,00	113 %
Investissements de distributeurs				
Fonds canadien de télévision PDD	1 156 745,00	2 154 204,00	4 015 345,00	247 %
Autres investissements	69 400,00		67 486,00	-3 %
Avances spéciales	176 958,00	57 621,00		-100 %
Apports nets d'investisseurs				
TOTAL	**5 604 096,00**	**14 764 853,00**	**15 489 155,00**	176 %
Émissions de télévision				
Sources de financement				
Producteur	40 408 759,00	16 862 696,00	23 584 399,00	-42 %
Différés (équipe de création)	156 937,00	41 016,00	60 000,00	-62 %
Différés (maison de service)	15 000,00		65 000,00	333 %
Prêts et commandites	7 988 519,00	23 017 989,00	18 819 395,00	136 %
Investissements diffuseurs fr.	-	130 000,00	472 781,00	
Investissements diffuseurs angl.	-	453 750,00	405 915,00	
Investissements de distributeurs	35 000,00			
Fonds canadien de télévision PDD	5 203 877,00	14 278 449,00	20 007 576,00	284 %
Autres investissements	810 729,00	2 775 000,00	1 994 765,00	146 %
Avances spéciales	3 457 150,00	162 171,00		-100 %
Apports nets d'investisseurs	3 122 365,00	194 147,00		-100 %
TOTAL	**61 198 336,00**	**57 915 218,00**	**65 409 831,00**	7 %
Production télévisuelle totale				
Sources de financement				
Producteur	42 850 876,00	23 413 851,00	32 679 984,00	-24 %
Différés (équipe de création)	660 894,00	230 931,00	392 609,00	-41 %
Différés (maison de service)	15 000,00	6 534,00	65 000,00	333 %
Prêts et commandites	8 993 672,00	31 137 150,00	24 333 647,00	171 %
Investissements diffuseurs fr.	193 034,00	576 500,00	634 781,00	229 %
Investissements diffuseurs angl.	216 809,00	703 950,00	867 967,00	300 %
Investissements de distributeurs	35 000,00	-	-	-100 %
Fonds canadien de télévision PDD	6 360 622,00	16 432 653,00	24 022 921,00	278 %
Autres investissements	880 129,00	2 775 000,00	2 062 251,00	134 %
Avances spéciales	3 634 108,00	219 792,00	-	-100 %
Apports nets d'investisseurs	3 122 365,00	194 147,00	-	-100 %
TOTAL	**66 962 509,00**	**75 690 508,00**	**85 059 160,00**	27 %

Comme l'indique le tableau 4/43, la principale source de financement privé est l'investissement des producteurs, qui représente, selon les années, entre 31 % et 64 % du financement privé total. La seconde source de financement importante est composée des prêts et commandites, qui ont évolué en dents de scie au cours des années, passant de 13 % du financement total en 1997-1998 à 41 % en 1998-1999, puis à 28 % en 1999-2000. Contrairement aux longs métrages de fiction, les émissions de télévision sont d'excellents véhicules de commandite, compte tenu du très grand nombre de téléspectateurs potentiels. Cependant, nous ne pouvons conclure que les sommes contenues dans cette nomenclature soient essentiellement de la commandite. Malheureusement, nous n'avons aucune donnée qui nous permet de la ventiler.

La troisième source de financement qui augmente de façon importante d'année en année est la participation du PDD du Fonds canadien de télévision. En 1997-1998, elle représentait 9,5 % du financement privé total alors qu'en 1999-2000 elle en représentait 28 %, soit une augmentation de près de 300 % sur trois ans. On devrait voir augmenter encore, au cours des prochaines années, cette source de financement privé. En effet, les EDR, soumises aux exigences du CRTC quant à leur contribution au financement de la production canadienne, sont plus nombreuses à alimenter le Fonds canadien de télévision et leurs recettes annuelles brutes croissent à un rythme soutenu, compte tenu de l'ajout régulier de nouveaux services et volets de services canadiens et étrangers.

Tableau 4/43
Financement privé en pourcentage de la part canadienne totale
1997-1998 à 1999-2000

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Courts et moyens métrages				
Sources de financement				
Producteur	7,84 %	36,00 %	39,98 %	410 %
Différés (équipe de création)	11,29 %	3,11 %	2,96 %	-74 %
Différés (maison de service)				
Prêts et commandites	0,44 %	28,09 %	0,64 %	46 %
Investissements diffuseurs fr.				
Investissements diffuseurs angl.				
Investissements de distributeurs				
Fonds canadien de télévision PDD				
Autres investissements				
Avances spéciales				
Apports nets d'investisseurs				
TOTAL	**19,57 %**	**67,29 %**	**43,58 %**	**123 %**
Documentaires				
Sources de financement				
Producteur	5,51 %	8,79 %	7,77 %	41 %
Différés (équipe de création)	0,95 %	0,09 %	0,07 %	-92 %
Différés (maison de service)		0,01 %		
Prêts et commandites	2,32 %	12,21 %	8,03 %	246 %
Investissements diffuseurs fr.	0,45 %	0,79 %	0,24 %	-47 %
Investissements diffuseurs angl.	0,50 %	0,45 %	0,68 %	35 %

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Investissements de distributeurs				
Fonds canadien de télévision PDD	0,39 %	3,83 %	5,91 %	247 %
Autres investissements	0,16 %		0,10 %	-38 %
Avances spéciales	0,41 %	0,10 %		
Apports nets d'investisseurs				
TOTAL	**10,70 %**	**26,28 %**	**22,80 %**	**113 %**
Émissions de télévision				
Sources de financement				
Producteur	13,55 %	4,75 %	5,38 %	-60 %
Différés (équipe de création)	0,05 %	0,01 %	0,01 %	-74 %
Différés (maison de service)	0,01 %		0,01 %	195 %
Prêts et commandites	2,68 %	6,48 %	4,29 %	60 %
Investissements diffuseurs fr.		0,04 %	0,11 %	
Investissements diffuseurs angl.		0,13 %	0,09 %	
Investissements de distributeurs	0,01 %			
Fonds canadien de télévision PDD	1,75 %	4,02 %	4,57 %	284 %
Autres investissements	0,27 %	0,78 %	0,46 %	67 %
Avances spéciales	1,16 %	0,05 %		
Apports nets d'investisseurs	1,05 %	0,05 %		
TOTAL	**20,53 %**	**16,30 %**	**14,92 %**	**-27 %**
Production télévisuelle totale				
Sources de financement				
Producteur	12,53 %	5,63 %	6,34 %	-49 %
Différés (équipe de création)	0,19 %	0,06 %	0,08 %	-61 %
Différés (maison de service)	0,00 %	0,00 %	0,01 %	187 %
Prêts et commandites	2,63 %	7,49 %	4,72 %	79 %
Investissements diffuseurs fr.	0,06 %	0,14 %	0,12 %	118 %
Investissements diffuseurs angl.	0,06 %	0,17 %	0,17 %	166 %
Investissements de distributeurs	0,01 %			
Fonds canadien de télévision PDD	1,86 %	3,95 %	4,66 %	278 %
Autres investissements	0,26 %	0,67 %	0,40 %	55 %
Avances spéciales	1,06 %	0,05 %		
Apports nets d'investisseurs	0,91 %	0,05 %		
TOTAL	**19,57 %**	**18,20 %**	**16,49 %**	**-16 %**

Les sources de financement privé permettent de combler conjointement entre 16 % et 20 % de la structure financière de l'ensemble des productions télévisuelles (courts et moyens métrages de fiction, documentaires et productions télévisuelles), et entre 15 % et 21 % dans le cas des productions classées spécifiquement dans la catégorie des productions télévisuelles. Dans le cas des courts et moyens métrages de fiction et des documentaires, on constate des écarts annuels très importants de 20 % à 68 % pour les premiers et des écarts de 11 % à 26 % pour des seconds. Rappelons que les documentaires ainsi que les courts et moyens métrages de fiction format géant sont inclus dans ces données, et peuvent avoir des incidences importantes qui expliquent ces écarts annuels.

Le budget moyen et la structure de financement des courts et moyens métrages de fiction qui sont réalisés par de jeunes cinéastes qui utilisent cette production comme carte de visite en vue de réaliser un premier long métrage de fiction, et ceux des moyens métrages de fiction destinés au marché international des salles format géant, sont extrêmement différents et, en fait, sans commune mesure. Les données publiées par *Statistiques sur l'industrie du film* amalgament ces deux types de production et, selon le poids relatif de l'une ou de l'autre pour une année donnée, la structure financière moyenne qui en résulte change considérablement.

4.2.2.3 Le financement public

Nous avons divisé le financement public selon qu'il est accordé par le gouvernement fédéral ou le gouvernement du Québec. Pour le Québec, nous avons le programme de crédit d'impôt remboursable (CIR) et la SODEC. Pour le fédéral, nous avons le programme de crédit d'impôt remboursable, Téléfilm Canada (mini-traité, PPC du Fonds canadien de télévision) et le Fonds canadien de télévision, volet PDD (partie financement public). D'autres organismes peuvent contribuer au financement de certains projets (ONF, Conseil des Arts, etc.), mais leurs contributions sont très marginales dans la production d'émissions de télévision. On les retrouve surtout dans les productions de courts et moyens métrages et occasionnellement dans le financement des documentaires.

Tableau 4/44
Financement public de la production télévisuelle
1997-1998 à 1999-2000

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Courts et moyens métrages				
CIR québécois	120 755,00	511 589,00	1 711 852,00	1318 %
SODEC	203 000,00	250 000,00	639 000,00	215 %
Sous-total	*323 755,00*	*761 589,00*	*2 350 852,00*	626 %
CIR fédéral	14 604,00	313 581,00	759 880,00	5103 %
Téléfilm Canada	30 000,00	207 500,00	100 500,00	235 %
Mini-traité				
Fonds canadien de télévision				
ONF	72 969,00	39 504,00	63 692,00	-13 %
Conseil des Arts du Canada	50 000,00	5 000,00	158 300,00	217 %
Sous-total	*167 573,00*	*565 585,00*	*1 082 372,00*	546 %
Autres apports	125 999,00	105 450,00	67 610,00	-46 %
TOTAL	**617 327,00**	**1 432 624,00**	**3 500 834,00**	467 %
Documentaires				
CIR québécois	6 852 979,00	8 730 715,00	10 689 519,00	56 %
SODEC	1 420 183,00	1 712 613,00	1 995 883,00	41 %
Sous-total	*8 273 162,00*	*10 443 328,00*	*12 685 402,00*	53 %
CIR fédéral	2 643 975,00	4 276 942,00	5 503 516,00	108 %
Téléfilm Canada	8 414 177,00	6 342 043,00	5 405 470,00	-36 %
Mini-traité			30 000,00	
Fonds canadien de télévision	3 663 026,00	1 525 895,00	2 744 495,00	-25 %

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
ONF	506 062,00	969 198,00	715 652,00	41 %
Conseil des Arts du Canada	108 661,00	31 000,00	71 500,00	-34 %
Sous-total	*15 335 901,00*	*13 145 078,00*	*14 470 633,00*	-6 %
Autres apports	953 951,00	1 293 968,00	4 533 306,00	375 %
TOTAL	**24 563 014,00**	**24 882 374,00**	**31 689 341,00**	29 %
Émissions de télévision				
CIR québécois	49 363 512,00	53 016 534,00	66 999 490,00	36 %
SODEC	657 031,00	540 289,00	630 000,00	-4 %
Sous-total	*50 020 543,00*	*53 556 823,00*	*67 629 490,00*	35 %
CIR fédéral	19 869 446,00	30 985 337,00	40 467 581,00	104 %
Téléfilm Canada	26 145 631,00	28 561 326,00	23 811 489,00	-9 %
Mini-traité	710 000,00	129 485,00	223 750,00	-68 %
Fonds canadien de télévision	16 478 945,00	10 113 901,00	13 675 211,00	-17 %
ONF		114 126,00		
Conseil des Arts du Canada		17 600,00		
Sous-total	*63 204 022,00*	*69 921 775,00*	*78 178 031,00*	24 %
Autres apports	2 156 566,00	6 677 314,00	21 108 734,00	879 %
TOTAL	**115 381 131,00**	**130 155 912,00**	**166 916 255,00**	45 %
Production télévisuelle totale				
CIR québécois	56 337 246,00	62 258 838,00	79 400 861,00	41 %
SODEC	2 280 214,00	2 502 902,00	3 264 883,00	43 %
Sous-total	*58 617 460,00*	*64 761 740,00*	*82 665 744,00*	41 %
CIR fédéral	22 528 025,00	35 575 860,00	46 730 977,00	107 %
Téléfilm Canada	34 589 808,00	35 110 869,00	29 317 459,00	-15 %
Mini-traité	710 000,00	129 485,00	253 750,00	-64 %
Fonds canadien de télévision	20 141 971,00	11 639 796,00	16 419 706,00	-18 %
ONF	579 031,00	1 122 828,00	779 344,00	35 %
Conseil des Arts du Canada	158 661,00	53 600,00	229 800,00	45 %
Sous-total	*78 707 496,00*	*83 632 438,00*	*93 731 036,00*	19 %
Autres apports	3 236 516,00	8 076 732,00	25 709 650,00	694 %
TOTAL	**140 561 472,00**	**156 470 910,00**	**202 106 430,00**	44 %

La source principale de financement public est le crédit d'impôt du Québec, qui a permis de combler entre 15 % et 16 % de la structure financière, part canadienne de l'ensemble de la production télévisuelle. On remarque que c'est en 1997-1998 que le crédit d'impôt contribuait de façon plus importante au financement de la production. On peut l'expliquer par le fait que le programme a été modifié en 1997 de façon à diminuer l'apport du crédit d'impôt du Québec, le faisant passer de 18 % à 15 %. Donc, en 1997-1998, certaines productions bénéficiaient encore du programme de crédit d'impôt qui prévalait avant l'annonce de la nouvelle mesure. L'aide sélective de la SODEC représente moins de 1 % de l'investissement dans la structure financière des productions télévisuelles totales, part canadienne. C'est dans la production de documentaires que l'on constate une participation financière de la SODEC qui se situe autour de 3 % du budget, part canadienne. De même, la SODEC est un partenaire dans le financement des courts et moyens

métrages de fiction qui sont réalisés généralement par de jeunes cinéastes. Elle y contribue par son programme d'aide aux jeunes créateurs par son volet aide à la production.

Du côté du gouvernement fédéral, Téléfilm Canada (PPC du Fonds canadien de télévision) et le programme de crédit d'impôt sont les sources principales de financement. Ensemble, elles contribuent à 16 % de la structure financière, part canadienne.

La participation du Fonds canadien de télévision est la troisième source de financement en importance. Elle contribue pour 3 % de la structure financière, part canadienne. Cet apport était nettement supérieur en 1997-1998 alors qu'il atteignait près de 6 % de la structure financière, part canadienne. On constate, au cours des années, que la participation des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) devient de plus en plus importante dans le financement du Fonds canadien de télévision, de sorte que la partie financement public du fonds diminue au profit de la partie financement privé.

Tableau 4/45
Financement public des émissions produites par le secteur privé de la production télévisuelle en pourcentage de la part canadienne
1997-1998 à 1999-2000

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Courts et moyens métrages				
CIR québécois	14,76 %	11,43 %	17,93 %	21,45 %
SODEC	24,82 %	5,59 %	6,69 %	-73,03 %
Sous-total	*39,58 %*	*17,02 %*	*24,63 %*	-37,79 %
CIR fédéral	1,79 %	7,01 %	7,96 %	345,79 %
Téléfilm Canada	3,67 %	4,64 %	1,05 %	-71,30 %
Mini-traité				
Fonds canadien de télévision				
ONF	8,92 %	0,88 %	0,67 %	-92,52 %
Conseil des Arts du Canada	6,11 %	0,11 %	1,66 %	-72,88 %
Sous-total	20,49 %	*12,64 %*	*11,34 %*	-44,66 %
Autres apports	15,41 %	2,36 %	0,71 %	-95,40 %
TOTAL	**75,48 %**	**32,02 %**	**36,67 %**	-51,41 %
Documentaires				
CIR québécois	15,89 %	15,54 %	15,73 %	-0,97 %
SODEC	3,29 %	3,05 %	2,94 %	-10,78 %
Sous-total	*19,18 %*	*18,59 %*	*18,67 %*	-2,65 %
CIR fédéral	6,13 %	7,61 %	8,10 %	32,15 %
Téléfilm Canada	19,51 %	11,29 %	7,96 %	-59,21 %
Mini-traité			0,04 %	
Fonds canadien de télévision	8,49 %	2,72 %	4,04 %	-52,43 %
ONF	1,17 %	1,73 %	1,05 %	-10,22 %
Conseil des Arts du Canada	0,25 %	0,06 %	0,11 %	-58,22 %
Sous-total	*35,55 %*	*23,40 %*	*21,30 %*	-40,09 %
Autres apports	2,21 %	2,30 %	6,67 %	201,71 %
TOTAL	**56,94 %**	**44,29 %**	**46,64 %**	-18,09 %

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Émissions de télévision				
CIR québécois	16,56 %	14,92 %	15,29 %	-7,66 %
SODEC	0,22 %	0,15 %	0,14 %	-34,77 %
Sous-total	*16,78 %*	*15,07 %*	*15,43 %*	-8,02 %
CIR fédéral	6,66 %	8,72 %	9,23 %	38,56 %
Téléfilm Canada	8,77 %	8,04 %	5,43 %	-38,04 %
Mini-traité	0,24 %	0,04 %	0,05 %	-78,56 %
Fonds canadien de télévision	5,53 %	2,85 %	3,12 %	-43,54 %
ONF		0,03 %		
Conseil des Arts du Canada		0,00 %		
Sous-total	*21,20 %*	*19,68 %*	*17,84 %*	-15,85 %
Autres apports	0,72 %	1,88 %	4,82 %	565,90 %
TOTAL	**38,70 %**	**36,63 %**	**38,08 %**	-1,58 %
Production télévisuelle totale				
CIR québécois	16,47 %	14,97 %	15,39 %	-6,51 %
SODEC	0,67 %	0,60 %	0,63 %	-5,02 %
Sous-total	*17,13 %*	*15,57 %*	*16,03 %*	-6,45 %
CIR fédéral	6,58 %	8,55 %	9,06 %	37,60 %
Téléfilm Canada	10,11 %	8,44 %	5,68 %	-43,78 %
Mini-traité	0,21 %	0,03 %	0,05 %	-76,29 %
Fonds canadien de télévision	5,89 %	2,80 %	3,18 %	-45,93 %
ONF	0,17 %	0,27 %	0,15 %	-10,72 %
Conseil des Arts du Canada	0,05 %	0,01 %	0,04 %	-3,93 %
Sous-total	*23,01 %*	*20,11 %*	*18,17 %*	-21,01 %
Autres apports	0,95 %	1,94 %	4,98 %	426,92 %
TOTAL	**41,09 %**	**37,62 %**	**39,19 %**	-4,62 %

On note aussi une augmentation importante des autres apports, qui étaient de 3,2 millions de dollars en 1997-1998 et qui sont passés à 25,7 millions en 1999-2000, soit une augmentation de près de 700 %. Ces apports représentent 5 % de la structure financière, part canadienne, en 1999-2000, ce qui représente une augmentation de plus de 400 % quant à sa participation dans la structure financière.

Globalement, on note une diminution de 4,6 % du financement public dans la structure financière, part canadienne, au cours des trois dernières années, et ce, même si les sommes consenties ont augmenté de 43 %.

4.2.2.4 Le financement étranger

Nous avons identifié comme financement étranger la part étrangère des coproductions internationales québécoises. Les investissements totaux ont augmenté considérablement au cours des trois dernières années, passant de 84 à 133,6 millions de dollars, une augmentation de 59 %.

En pourcentage des devis totaux cependant, la part étrangère, qui était de 19,7 % en 1997-1998, s'établissait en 20,6 % en 1999-2000, une augmentation de 4 %. C'est surtout la production de documentaires qui a connu une diminution importante des investissements étrangers.

Tableau 4/46
Financement étranger des émissions de télévision
1997-1998 à 1999-2000

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Courts et moyens métrages fiction	54 860,00	200 000,00	-	-100 %
Documentaires	4 156 917,00	15 487 086,00	1 405 265,00	-66 %
Émissions de télévision	79 730 872,00	65 770 309,00	132 154 867,00	66 %
TOTAL	**83 942 649,00**	**81 457 395,00**	**133 560 132,00**	59 %

Notons que l'année 1998-1999 est vraiment particulière en ce qui concerne la participation étrangère dans le financement de documentaires. Après quelques recherches, il apparaît qu'une production format géant du genre documentaire a contribué à faire augmenter sensiblement les données pour cette année.

Tableau 4/47
Financement étranger en pourcentage du budget total
1997-1998 à 1999-2000

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Écart 1997-1998/ 1999-2000
Courts et moyens métrages fiction	6,29 %	4,28 %	0,00 %	-100 %
Documentaires	8,79 %	21,61 %	2,03 %	-77 %
Émissions de télévision	21,10 %	15,62 %	23,17 %	10 %
TOTAL	**19,70 %**	**16,38 %**	**20,57 %**	4 %

4.2.3 LA STRUCTURATION DE L'INDUSTRIE

Pour les raisons que nous avons déjà évoquées à la section 4.1.3, lorsque nous avons décrit sommairement la structuration de l'industrie de production de longs métrages, il n'est pas possible de dégager une information très précise du classement des productions télévisuelles soutenues par le CIR québécois par entreprise, au total cumulatif de 1991-1992 à 1999-2000.

Néanmoins, à partir des indicateurs partiels qui se dégagent de ce classement, on peut ventiler les principales entreprises québécoises de production télévisuelle indépendante en trois grandes catégories :

La première serait constituée des **entreprises polyvalentes**, c'est-à-dire celles qui ont une activité relativement soutenue dans les trois grands secteurs d'activité, soit : a) fiction et animation, b) documentaire et c) variétés, jeux et magazines.

La seconde serait constituée des **entreprises semi-polyvalentes**, c'est-à-dire celles qui ont une activité soutenue (au moins dix projets) dans deux des trois grands secteurs d'activité.

Certaines de ces entreprises québécoises tendent vers le modèle polyvalent, mais continuent d'avoir une nette prédominance dans deux des trois secteurs.

Enfin, la troisième catégorie est constituée des **entreprises spécialisées**, c'est-à-dire celles dont l'activité de production est fortement concentrée dans l'un des trois secteurs.

– Fiction et animation

Parmi les entreprises spécialisées qui concentrent leurs activités dans le secteur de la fiction et de l'animation, on compte les deux grandes entreprises d'animation : *Cinar*, avec au moins 28 projets soutenus, dont 22 dans le secteur animation, et *Ciné-Groupe*, avec au moins 14 projets, dont 12 en animation.

On compte également des entreprises comme : *Les productions Bibi et Geneviève*, avec au moins 19 projets, tous de fiction, qui est doublement spécialisée en somme, puisque ces projets s'adressent essentiellement à un public d'enfants; *Point-de-mire*, avec 13 projets, dont 10 de fiction; *Prisma* (qui a fait faillite depuis), avec au moins 14 projets, dont 9 dans le secteur fiction et animation; ainsi que *Filmline International* (qui a aussi un important volume d'activités dans le long métrage de fiction), *Téléfiction*, *Communications Claude Héroux*, *Cinévidéo Plus*...

– Documentaire

Parmi les entreprises spécialisées ayant une forte dominante dans le documentaire, mentionnons *Galafilm*, avec au moins 21 projets soutenus, dont 17 en documentaire; *Poly Productions*, avec au moins 19 projets soutenus, tous en documentaire; *Informaction*, avec au moins 15 projets soutenus, dont 13 en documentaire; l'*ACPAV*, avec au moins 15 projets soutenus, dont 10 en documentaire; *Productions Espace Vert*, avec 12 projets, dont 10 en documentaire; et *Trinôme*, avec 24 projets, dont 11 en documentaire.

– Variétés, jeux, magazines

Dans le secteur des variétés, les principales entreprises spécialisées sont *Sogestalt*, avec au moins 51 projets, dont 39 en variétés; le groupe *Spectra/Amérimage*, avec au moins 32 projets, dont 27 en variétés; et le groupe *Rozon*, avec au moins 23 projets, dont 21 en variétés. D'autre part, le *Serdy Vidéo* est l'entreprise spécialisée qui a réalisé le plus de projets dans le secteur des magazines, avec au moins 12 projets soutenus, tous des magazines.

Le secteur des jeux (qui est ici limité aux jeux qui s'adressent aux enfants, les seuls admissibles au CIR québécois) est surtout un secteur complémentaire pour les entreprises qui se spécialisent dans les magazines et les variétés ou qui sont polyvalentes ou semi-polyvalentes.

Les entreprises québécoises indépendantes de production télévisuelle ont une taille moyenne beaucoup plus grande et bénéficient d'un rythme de production beaucoup plus soutenu que les entreprises spécialisées dans la production de longs métrages pour salles. Cela dit, c'est un secteur qui demeure néanmoins fragile.

Il est d'abord fragile en termes de contrôle de la propriété. Les entreprises indépendantes de production – au sens de non affiliées à des télédiffuseurs –, pour peu qu'elles atteignent une taille intéressante et, surtout, qu'elles aient développé des activités de production orientées vers les marchés internationaux, deviennent souvent des proies faciles pour les entreprises de radiodiffusion, qui disposent d'une taille et d'un pouvoir financier sans commune mesure avec ceux des entreprises de production indépendante, même les plus grandes. Depuis quelques années, au Canada, plusieurs entreprises autrefois indépendantes sont d'ailleurs passées sous le contrôle de télédiffuseurs; d'autres ont largement diversifié leurs activités vers la télédiffusion.

L'exemple qui vient immédiatement à l'esprit, dans le cas du Québec, est *Motion International* (ex-*Groupe Coscient*), qui a été acquise par TVA puis scindée en deux entités : la première a conservé les activités de production destinées au marché local, elle a été revendue et s'appelle maintenant *Zone Trois*; la seconde, qui regroupait les activités à vocation internationale : production d'animation, de longs métrages et de téléfilms (surtout de langue anglaise) ainsi que de films en format géant – volet distribution exportation, volet production de grands spectacles (*Notre-Dame de Paris*) –, a été fusionnée dans *TVA International*.

Comme l'indique le tableau 4/48, *Groupe Coscient/Motion International* était la plus importante entreprise de production indépendante québécoise, en 1997 comme en 1999, et la troisième en importance au Canada.

L'autre facteur de fragilité est lié à la faible capitalisation qui entraîne un manque de stabilité financière. Une entreprise qui connaît une forte croissance de ses activités de production ne devient pas nécessairement plus stable financièrement, si sa capitalisation de départ était insuffisante et si elle a toujours été aux prises avec un manque de liquidités et un taux d'endettement élevé. Cela fait que la troisième entreprise de production indépendante québécoise dans la liste de 1999, *Téléscène*, devrait elle aussi disparaître de la liste de 2001.

Ces deux facteurs de fragilité sont inquiétants à moyen terme quant à la capacité du secteur québécois de la production indépendante de tirer son épingle du jeu, à l'échelle canadienne, voire même quant au maintien d'un secteur de production indépendante, québécois et canadien, dynamique et diversifié, tout en pouvant compter sur des leaders forts.

Tableau 4/48
Les 15 plus grandes entreprises de production indépendantes au Canada
(1997 et 1999)

1997		1999	
Entreprises	**Production TV (en M$)**	**Entreprises**	**Production TV (en M$)**
Alliance	218	Alliance Atlantis	250
Atlantis	175	Fireworks Ent.	141
Groupe Coscient	**68**	**Motion International**	**99**
CINAR	**63**	Lions Gate Ent.	94
Fireworks Ent.	63	**CINAR**	**90**
Shavick Ent.	45	Nelvana	82
Téléscène	**45**	**Téléscène**	**75**
Nelvana	40	Sullivan Ent.	54
Vidatron Ent.	39	Peace Arch Ent.	50
Sullivan Films	36	Salter Street	47
Salter Street Films	24	**Filmline International**	**43**
Catalyst Ent.	23	G.F.T. Ent.	37
Protocol Ent.	22	**Ciné-Groupe**	**37**
Mainframe Ent.	20	Mainframe Ent.	35
Epitome Pictures	15	Sarrazin Couture Ent.	26

Sources des données originales : *Playback* (les entreprises en gras sont de propriété québécoise).

D'une part, on constate que les quelques entreprises québécoises qui se classaient au rang des 15 premières au Canada, avaient toutes un important volet de production télévisuelle axée principalement vers les marchés étrangers. C'est le cas des entreprises qui œuvrent dans l'animation (*Cinar*, *Ciné-groupe*, en partie *Motion*), qui sont d'ailleurs très présentes dans cette liste (en proportion de leur nombre); mais c'est aussi le cas de *Téléscène* et *Filmline International*. Aucune entreprise qui produit principalement des émissions en français pour la télévision d'ici ne figure dans le classement.

Par ailleurs, on note que quatre des sept plus importantes entreprises canadiennes de production considérées comme indépendantes en 1999, ne le sont plus guère aujourd'hui. *Alliance Atlantis* est devenue au fil des ans une grande entreprise intégrée de production/distribution/télédiffusion; elle est partenaire dans plusieurs services analogiques de programmation spécialisée, de langues française et anglaise (Showcase, History Channel, Life Network, Historia, Séries+), et a obtenu récemment plusieurs licences de services spécialisés de catégorie un (Health Network Canada, PrideVision) et de catégorie deux (Adventure One, BBC Canada, BBC Kids, Canal Aventure, Canal National Geographic, Cottage Life Television, D.I.Y Television, Justice TV, Magazine Rack Television, Military Television, National Geographic Channel, Nostalgia TV, Parent TV, Real TV, etc.). *Fireworks* a été acheté par Global, *Motion International* par TVA et *Nelvana* par Corus Entertainment, une entreprise qui contrôle plusieurs réseaux de télévision spécialisée et qui est affiliée à Shaw.

Bref, en deux ans, le secteur de la production indépendante au Canada – au sens d'entreprise qui ne contrôle pas plus de 30 % des avoirs d'un télédiffuseur ou n'est pas contrôlée à plus de 30 % de ses avoirs par un télédiffuseur – s'est vu amputer de quatre de ses sept grands leaders, et le septième s'est mis sous la protection de la Loi sur les faillites.

Autrement dit, si les entreprises québécoises de production indépendante croissent rapidement et développent un volet d'activités axées sur les marchés internationaux qui prend de plus en plus d'importance, elles deviennent des cibles de choix pour les grandes entreprises intégrées de médias de plus en plus désireuses de prendre le contrôle des fournisseurs de contenu, ce qui fait qu'elles cessent d'être indépendantes. Par ailleurs, si elles s'en tiennent principalement à la production d'émissions pour les diffuseurs domestiques, cela limite leur possibilité de croissance, en même temps que cela les oblige à faire face à une concurrence croissante des entreprises de production affiliées à ces mêmes diffuseurs domestiques.

C'est d'ailleurs là le troisième facteur de fragilité : la concurrence de plus en plus vive qu'exercent à leur endroit les entreprises de production affiliées aux diffuseurs. En effet, depuis que les entreprises de production affiliées aux diffuseurs ont accès au volet PDD du Fonds canadien de télévision (à hauteur maximale du tiers des déboursés annuels totaux), de même qu'aux programmes de CIR québécois et fédéral, il devient de plus en plus avantageux pour un diffuseur intégré de faire affaire avec sa propre filiale de production plutôt qu'avec un producteur indépendant puisque les dépenses d'une entité (le diffuseur) deviennent les recettes d'une autre entité (le producteur affilié) du groupe, de sorte que l'argent circule en vase clos. D'où la tendance constatée chez certains diffuseurs qui avaient fait d'entrée de jeu le pari de recourir exclusivement au secteur indépendant pour les émissions autres que nouvelles, affaires publiques et sports, comme TQS, de faire machine arrière et de privilégier désormais la production par des entreprises affiliées.

Ainsi, en dépit de la croissance très importante du volume de production télévisuelle indépendante québécoise soutenue les programmes fiscaux et le FCT (ce qui comprend un volume croissant de projets réalisés par des entreprises de production affiliées), le secteur véritablement indépendant demeure donc fragile.

4.2.4 LES FORMES DE L'AIDE PUBLIQUE

Le tableau 4/49 distribue les différents programmes d'aide au développement et à la production d'émissions de télévision de tous genres et formats selon leurs destinataires (individus/entreprises), leur finalité (aide aux projets spécifiques/aide à l'activité globale d'une entreprise), leurs modalités (sélectives/automatiques) et le fait qu'ils s'appliquent à l'étape du développement ou de la production.

La majorité des programmes d'aide publique sont des aides aux projets, c'est-à-dire qu'ils concourent à la réalisation d'un projet spécifique et sont liés à la vie économique de ce projet.

Les programmes administrés par les sociétés d'aide (SODEC, Téléfilm) en développement comme en production sont généralement sélectifs, c'est-à-dire qu'il y a sélection basée sur une appréciation qualitative de la valeur du projet et que, si le projet franchit cette première étape, le niveau de participation financière de la société dans le projet demeurera à sa discrétion et sera

influencé par différents facteurs, dont l'ampleur de la demande par rapport à ses ressources financières annuelles globales, qui sont limitées. Le volet PDD du FCT, qui se voulait au départ plus automatique, ce qui n'est pas vraiment possible lorsque les ressources annuelles sont prédéterminées et inférieures à la demande, est devenu au fil des ans de plus en plus sélectif et a établi une multitude de critères discriminants, dont plusieurs relatifs au contenu des émissions. Les aides sélectives aux projets favorisent généralement l'atteinte d'objectifs de pertinence culturelle, d'innovation, de répartition linguistique ou régionale, etc.

Les aides fiscales (CIR) sont de nature automatique, c'est-à-dire que toute production qui remplit les critères d'admissibilité a droit à une aide dont l'ampleur est déterminée à l'avance, et il n'y a pas de plafond aux ressources globales affectées au programme, dont l'ampleur varie en fonction du volume de production admissible. Les aides automatiques aux projets favorisent généralement une plus grande autonomie des équipes de création et une plus grande diversité de projets; elles facilitent la planification du montage financier et favorisent la stabilité des entreprises comme l'accroissement du volume global de production.

Le programme d'exemption fiscale sur les revenus de droits d'auteur constitue également une forme d'aide automatique aux créateurs, puisque là aussi tous les créateurs réalisant des droits d'auteur ont droit automatiquement à un même niveau d'exemptions fiscales. Ce n'est pas une aide aux projets; c'est une aide après le fait et qui n'implique pas d'obligation de réinvestissement.

Si les programmes d'aide sélective aux projets sont plus nombreux et variés – et surtout mieux dotés en ressources financières –, il y a moins de programmes d'aide qui s'adressent aux activités globales d'une entreprise (ensemble de projets non présélectionnés sur une base sélective) que dans le secteur de la production cinématographique. Seul Téléfilm Canada a un programme de partage des revenus de production qui permet aux entreprises qui se qualifient sur la base de l'importance des remboursements qu'elles ont effectués sur les investissements antérieurs de Téléfilm, de disposer là aussi d'une enveloppe que Téléfilm investit dans les projets de leur choix, pourvu toujours qu'ils répondent par ailleurs aux critères d'admissibilité.

Tableau 4/49
FORMES D'AIDE PUBLIQUE S'ADRESSANT À LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE (SECTEUR PRIVÉ)

AIDE AUX PROJETS (accessible aux individus)	AIDE AUX PROJETS (accessible aux entreprises)	AIDE AUX ENTREPRISES
Aides sélectives	**Aides sélectives**	**Aides sélectives**
Développement : - Aide sélective aux scénaristes et scénaristes-réalisateurs (SODEC) - Aide à la scénarisation du Programme d'aide aux jeunes créateurs (SODEC)	**Développement :** - Aide sélective, secteur privé (SODEC) - Aide à la scénarisation du Programme d'aide aux jeunes créateurs (SODEC) - Aide au développement, PPC (Téléfilm)	**Développement :**

Production :	**Production :** - Aide à la production de téléfilms (SODEC) - Aide à la préproduction de miniséries dramatiques et de miniséries ou séries documentaires (SODEC) - Aide à la production de documentaires – œuvres uniques (SODEC) - Aide à la production de courts et moyens métrages de fiction – Jeunes créateurs - Aide à la production – PPC (Téléfilm) - Fonds d'aide aux activités commerciales de production (Téléfilm) - Programme de droits de diffusion (FCT)	**Production :** - Financement des entreprises – escompte de contrats, fonds de roulement, acquisition d'immobilisations (SODEC) - FIDEC - FICC Banque fédérale de développement/ FDIC
Aides automatiques	**Aides automatiques**	**Aides automatiques**
- Exemption fiscale sur revenus de droits d'auteur (Québec)	- CIR québécois - CIR fédéral	- Programme de partage des revenus de production (Téléfilm)

Les autres types d'aide à l'entreprise sont plus de nature bancaire : financement intérimaire, fonds de roulement, crédits d'anticipation, acquisition d'immobilisations, prises de participation, etc.

4.3 LE SECTEUR INDÉPENDANT DE LA PRODUCTION

Au sens de la SODEC, une production indépendante est définie comme *une production où le créateur jouit non seulement d'un contrôle créatif complet, mais également et principalement d'une indépendance éditoriale dans la production qui fait généralement abstraction des contraintes normalement liées à la distribution et à l'exploitation commerciale des œuvres. Très souvent le créateur agit à plusieurs titres : scénariste, réalisateur et même producteur.*

Aux fins du présent portrait, nous avons convenu de considérer que les productions cinématographiques, vidéographiques, télévisuelles ou multimédias qui bénéficient d'une aide à la production des programmes d'arts médiatiques du *Conseil des arts et des lettres du Québec* (CALQ) ou du *Conseil des Arts du Canada* (CAC) seraient assimilées à des productions indépendantes au sens de la SODEC.

On peut aussi considérer qu'une partie des productions soutenues par le *Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants* (FCFVI) sont des productions indépendantes au sens de la SODEC.

En effet, le FCFVI a pour mission *d'encourager le développement de l'industrie, la création de films, de vidéos et de projets multimédias réalisés par des producteurs indépendants et aptes à encourager une culture permanente du savoir chez les Canadiens.* À cette fin, le FCFVI soutient la production de *films, vidéos et projets multimédias destinés à la télévision éducative et aux*

services de télévision spécialisée, à l'entreprise privée, aux établissements d'enseignements, aux bibliothèques, aux établissements de santé, aux groupes communautaires, aux services culturels et sociaux et au marché de la vidéo domestique.

La définition est suffisamment large pour englober des productions télévisuelles également admissibles à d'autres fonds et programmes (CIR québécois et fédéral, FCT, TFC, SODEC...) et qui ont été traitées et incluses dans les données de la section 4.2, « La télévision ». L'accent est par ailleurs mis sur les productions à caractère éducatif et informatif, surtout documentaire, qui ont souvent une dimension sociale et une fonction qu'on pourrait qualifier d'utilitaire (formation, information, conscientisation, perfectionnement...), qui est de répondre à des besoins éducatifs ou autres d'institutions d'enseignement ou de santé, d'entreprises ou de groupes communautaires, etc. Cela n'est pas toujours conciliable avec la portion de la définition de production indépendante qui évoque le contrôle créatif complet du créateur et un parti pris quant à la nécessité de faire abstraction des besoins et contraintes de marché.

4.3.1 LE VOLUME DE PRODUCTION

Il n'est donc pas toujours facile de cerner et d'évaluer ce que la production indépendante – considérée comme distincte et additionnelle aux volumes de production cinématographique et télévisuelle déjà traités – représente en termes de volume annuel de production. D'autant qu'une institution comme le CALQ, par exemple, soutient la production d'œuvres des arts médiatiques à travers des aides au fonctionnement d'organismes de production et de distribution à but non lucratif (centres d'artistes). Ces aides ne peuvent donc être rattachées à des volumes de production précis.

Dans les circonstances, ce que nous sommes en mesure de faire c'est de fournir certains indicateurs, limités et partiels, de ce que peut être le volume de production indépendante au Québec.

4.3.1.1 Production soutenue par le CIR québécois

Dans la nouvelle ventilation des productions soutenues par le CIR québécois, les projets ont été divisés en quatre groupes selon le marché auquel ils sont destinés :

Cinéma (engagement d'un distributeur à distribuer un film en salles)
Télévision (engagement d'une entreprise de télévision à diffuser un film)
Non commercial (pas d'engagement formel d'un distributeur commercial ou d'un diffuseur)
Format géant (destiné au marché spécialisé des salles pour films format géant)

Les projets destinés au marché non commercial sont donc ceux qui n'ont pas été « déclenchés », selon l'expression consacrée, par un diffuseur (un diffuseur peut être associé à la démarche mais selon des paramètres qui ne correspondent pas aux exigences minimales imposées par certains fonds) ou qui n'ont pas bénéficié d'une avance d'un distributeur commercial mais plutôt d'une entente de distribution avec un distributeur du secteur indépendant; ils s'apparentent donc assez bien à de la production indépendante au sens de la SODEC.

Le tableau 4/50 indique le volume global de productions destinées au marché non commercial qui a été soutenu par le CIR Québécois entre 1992 et 2000, ventilé par langue, par genre et par région.

Au total des neuf années, 38 projets destinés au marché non commercial, dont les budgets totalisaient un peu moins de 7 millions de dollars ont été soutenus par le CIR québécois. Leur devis moyen était d'environ 179 000 $. Près de 80 % d'entre eux étaient des projets de fiction, et un peu plus de 20 % des documentaires. Cinq pour cent des projets (deux) ont été réalisés par des maisons de production basées hors de la région administrative de Montréal.

L'immense majorité des productions (89 %) étaient de langue française : 34 projets, qui totalisaient 5,8 millions de dollars, soit 87 % des investissements totaux. Le budget moyen par projet était d'environ 171 000 $. Un peu plus de 82 % des projets de langue française relevaient de la fiction; leur budget moyen était d'environ 166 000 $. Près de 18 % des projets relevaient du documentaire; leur budget moyen était de 196 000 $.

Les projets en VOA, peu nombreux (quatre), étaient répartis à part égale entre fiction et documentaire. Les premiers avaient un budget moyen de 320 000 $, les seconds de 113 000 $.

Tableau 4/50
Volume de productions destinées
au marché non commercial

	1992-1994		1995-1997		1998-2000		TOTAL	
	(Nb)	(M$)	(Nb)	(M$)	(Nb)	(M$)	(Nb)	(M$)
VOF	5	0,9	18	2,6	11	2,4	34	5,8
dont								
Doc.							6	1,2
Fiction							28	4,7
VOA							4	0,9
dont								
Doc.							2	0,2
Fiction							2	0,7
TOTAL							38	6,8
dont								
Doc.							8	1,4
Fiction							30	5,4
dont								
Régions							2	0,3

Source : SODEC, compilation spéciale.

Ce volume de production est vraiment additionnel aux volumes de production cinématographique et télévisuelle dont nous avons traité dans les sections qui précèdent et au volume de production format géant dont nous traiterons à la section 4.4.

4.3.1.2 Production soutenue par le FCFVI

Les données du rapport de PricewaterhouseCoopers[16] permettent d'estimer que le volume de production *canadienne* soutenue par le FCFVI a été de près de 23 millions de dollars entre 1993-1994 et 1997-1998, et ce, en tenant compte de deux données fournies, soit les déboursés annuels totaux du FCFVI et l'indication à l'effet que la contribution du FCFVI a représenté en moyenne, au cours de ces cinq années, 10,5 % du budget des productions soutenues.

Comme on l'a dit plus haut, toutes les productions soutenues par le FCFVI ne correspondent pas nécessairement à la définition de production indépendante de la SODEC ou aux types de productions généralement soutenues par le CALQ et le CAC.

Tableau 4/51
Estimation des budgets totaux (en millions $)
des productions canadiennes soutenues par le FCFVI
(1993-1994/1997-1998)

	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	Total
Budgets totaux	4,95	5,62	2,86	4,76	4,76	22,95

Source des données originales : Rapport de PricewaterhouseCoopers.

Note : Il s'agit d'une estimation car le taux moyen de participation du FCFVI, qui a été établi en moyenne à 10,5 % des budgets des productions sur cinq ans, a pu varier sur une base annuelle.

Le rapport de PricewaterhouseCoopers fournit des indications permettant d'établir le pourcentage du nombre total de projets qui a été soutenu respectivement et parallèlement par le Fonds canadien de télévision (FCT) ou Téléfilm Canada (TFC), d'une part; l'Office national du film (ONF) et le Conseil des Arts du Canada (CAC), d'autre part.

[16] *Profil du secteur du film et de la vidéo non destinés aux salles de cinéma et Évaluation du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI)*, décembre 1999.

Tableau 4/52
Projets financés par le FCFVI qui ont aussi été financés par le FCT, TFC, l'ONF et le CAC (1994-1995/1997-1998)

	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998
Nb total de projets soutenus par le FCFVI	48	23	35	27
Soutenus par le FCT en %	- 0 %	1 4 %	6 17 %	8 30 %
Soutenus par TFC en %	9 19 %	6 26 %	13 37 %	7 26 %
Soutenus par l'ONF en %	14 29 %	1 4 %	8 23 %	7 26 %
Soutenus par le CAC en %	1 2 %	4 17 %	7 20 %	7 26 %

Source : Rapport de PricewaterhouseCoopers.

Note : Le total excède 100 %, puisqu'un même projet peut avoir été soutenu par plus d'une source.

Comme on le voit, au cours de la dernière année où les données sont disponibles, il y a eu autant de projets soutenus en parallèle par le FCT et Téléfilm Canada que par l'ONF et le CAC.

Il s'agit là de données pour l'ensemble du Canada; le volume de production québécoise soutenue par ce fonds a été de près de 10 millions de dollars entre 1993-1994 et 1997-1998.

Tableau 4/53
Estimation des budgets totaux (en millions de dollars) des productions québécoises soutenues par le FCFVI (1993-1994/1997-1998)

	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	Total
Budgets totaux	1,64	3,32	0,97	1,90	1,76	9,59

Source : Rapport de PricewaterhouseCoopers.

Cette estimation a été obtenue en tenant compte de la part des déboursés totaux du FCFVI qui est allée à des projets émanant du Québec, qui a varié de 33 % à 59 % selon les années, pour une moyenne de 42 % au total cumulatif des cinq ans.

Tableau 4/54
Part des déboursés du FCFVI qui est allée à des productions québécoises (1993-1994/1997-1998)

1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	Moyenne
33 %	59 %	34 %	40 %	37 %	42 %

Source : Rapport de PricewaterhouseCoopers.

Notons que les directives relatives à l'allocation des fonds par région et par langue prévoient que 33 % des déboursés doivent être alloués à la production de langue française (dont on peut présumer que la très grande majorité émane du Québec); 67 % des déboursés sont donc destinés aux productions de langue anglaise et répartis parmi les cinq grandes régions du Canada : Atlantique, Québec, Ontario, Prairies et Colombie-Britannique (environ 13 % chacune). Il s'agit bien sûr d'objectifs à atteindre sur une base pluriannuelle; compte tenu de la qualité des demandes, ces pourcentages peuvent varier sensiblement sur une base annuelle.

4.3.2 LES SOURCES DE FINANCEMENT ET LES PROGRAMMES

Les principales sources publiques de financement des productions indépendantes sont, du côté des organismes québécois, le CALQ, la SODEC et le CIR québécois, et du côté fédéral, le CAC, le FCFVI et l'ONF[17].

4.3.2.1 Le crédit d'impôt remboursable à la production cinématographique et télévisuelle québécois (CIR)

On a vu plus tôt quel était le volume de la production non commerciale soutenue par le CIR québécois depuis son implantation en 1991. Nous présentons ci-après ce que ce soutien a entraîné comme déboursés au titre du crédit d'impôt remboursable.

[17] Nous ne mentionnons pas le CIR fédéral, qui est disponible en théorie mais qui n'est pas, en pratique, un outil très approprié au soutien de la production indépendante, du fait que toute aide financière reçue, privée ou publique, vient réduire le coût du film et donc le taux du CIR en pourcentage du budget, qui devient infime lorsque la production indépendante est financée, comme c'est souvent le cas, en très grande partie grâce à des aides de différentes formes (bourses du CALQ et du CAC, d'organismes, institutions ou ministères, investissements de la SODEC, CIR québécois, FCFVI, programme spécial de l'ONF, etc. Notons par ailleurs que seules les entreprises incorporées sont admissibles au CIR fédéral ou québécois; les entreprises enregistrées ou les sociétés à but non lucratif ne sont pas admissibles.

Tableau 4/55
Sommes versées (en 000 $) au titre du CIR québécois aux productions destinées au marché non commercial

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
VOF	154,7	401,3	339,7	895,8
VOA	-	50,6	32,0	82,6
Total	154,7	452,0	371,7	978,4

Source : SODEC, compilation spéciale.

Au total des neuf dernières années, près de un million de dollars a été versé au titre du CIR québécois à des productions québécoises destinées au marché non commercial, ce qui a contribué à financer 14,4 % des budgets totaux de ces productions.

4.3.2.2 Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)

Outre les bourses versées directement aux créateurs du domaine des arts médiatiques (qui ont été traitées à la section 3.1, « Le soutien direct aux créateurs ») et le soutien à des projets de promotion/diffusion (qui sera traité à la section 5.3, « La diffusion ») ainsi qu'à des événements spéciaux (qui sera traité à la section 5.4.3), le CALQ administre un programme d'aide au fonctionnement de centres d'artistes, composé de trois volets : production, production/diffusion et diffusion.

Tableau 4/56
Subventions (en 000 $) octroyées par le CALQ aux centres d'artistes dans le domaine des arts médiatiques (1994-1995/1999-2000)

Volets	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Total
Production	61,0	95,4	105,0	111,0	135,0	136,0	643,4
Production/ diffusion	259,1	282,4	283,0	298,0	349,0	376,5	1 848,0
Diffusion	28,0	40,0	25,0	20,0	43,0	48,5	204,5
TOTAL	**348,1**	**417,8**	**413,0**	**429,0**	**527,0**	**561,0**	**2 695,9**

Source : CALQ, compilation spéciale.

Depuis sa création en 1994-1995 jusqu'à 1999-2000 inclusivement, en six ans donc, le CALQ a versé 2,7 millions de dollars en subventions de fonctionnement à des centres d'artistes et coopératives qui s'occupent de production/diffusion d'œuvres qui s'apparentent à la production indépendante au sens de la SODEC.

4.3.2.3 La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)

Depuis 1989-1990, la SODEC administre un programme d'aide aux jeunes créateurs, mais c'est à compter de 1996-1997 que la notion de production indépendante a été introduite et qu'une partie des ressources de chacun des quatre grands programmes – aide à la scénarisation, aide à la production, aide à la promotion et à la diffusion et aide aux jeunes créateurs – lui est affectée.

Nous avons déjà traité de l'aide à la scénarisation à la section 3.2. Nous traitons ici spécifiquement de l'aide à la production de longs métrages de fiction que la SODEC octroie aux entreprises du secteur indépendant, ainsi que de l'aide à la production de courts, moyens et longs métrages, de fiction ou documentaires, réservée aux jeunes créateurs.

Bien que les entreprises du secteur privé puissent aussi accéder au programme d'aide aux jeunes créateurs, un survol des individus et entreprises bénéficiaires indique que ce sont essentiellement des entreprises d'auteur ou des centres d'artistes du type de ceux soutenus par le CALQ qui ont bénéficié de l'aide aux jeunes créateurs, qu'on peut donc largement assimiler à l'aide à la production indépendante.

Tableau 4/57
Programme d'aide à la production de la SODEC
(Entreprises indépendantes et jeunes créateurs)
(1996-1997/1999-2000)

Volets	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		Total	
	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
Aide à la production de longs métrages de fiction - Secteur indépendant	5	458,2	6	685,2	6	574,4	5	847,0	22	2 564,8
Aide à production de courts et moyens métrages fiction ou doc. - Jeunes créateurs	21	867,8	23	704,0	23	817,7	22	729,9	89	3 119,4
Aide à la production de longs métrages, fiction ou doc. - Jeunes créateurs	3	230,0	1	150,0	1	66,5	7	645,6	12	1 092,1

Sources : Rapports d'activité de la SODEC.

Au total cumulatif des quatre dernières années, la SODEC a consacré près de 7 millions de dollars pour soutenir la production de 123 œuvres indépendantes ou produites par de jeunes créateurs.

Elle a notamment contribué au financement de 22 longs métrages de fiction produits par le secteur indépendant, ce qui n'est pas négligeable, puisque cela représente 17 % de l'ensemble des longs métrages de fiction produits au Québec au cours de ces quatre années. L'aide moyenne accordée par projet à été d'environ 117 000 $, pour un total de 2,6 millions de dollars.

Elle a aussi contribué à plus de 100 courts, moyens et longs métrages, documentaires ou de fiction, réalisés par de jeunes créateurs. Elle y a consacré plus de 4,2 millions de dollars, accordant une aide moyenne par projet de 35 000 $ dans le cas des courts et moyens métrages et de 91 000 $ pour les longs métrages.

4.3.2.4 Le Conseil des Arts du Canada

Les programmes d'aide du Conseil des Arts du Canada sont décrits à la section sur le soutien direct aux créateurs (voir 3.1.3.3).

4.2.3.5 Téléfilm Canada

Jusqu'à tout récemment, Téléfilm Canada n'avait pas de programmes d'aide à la production s'adressant spécifiquement à la production indépendante, au sens de la SODEC, ou aux jeunes créateurs. Cependant, des productions de cette nature (théoriquement admissibles au FFLM ou au PPC, à condition de se conformer aux règles d'admissibilité) pouvaient bénéficier d'une aide à même le Fonds régulier (hérité de la SDICC), dont les règles d'accès sont moins contraignantes et qui reçoit des projets en développement et en production, dont des courts, moyens et longs métrages, de fiction ou documentaires.

Tableau 4/58
Nombre de projets soutenus par le Fonds régulier de Téléfilm Canada
(1996-1997/1999-2000)

Volets	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		Total	
	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
VOF	12	162	5	68	5	114	6	98	28	442
VOA	22	369	11	401	12	238	13	230	58	1 238
Total	34	531	16	469	17	352	19	328	86	1 680

Source : Rapports annuels de Téléfilm Canada et listes des projets soutenus.

Téléfilm a consacré environ 1,7 million de dollars au total cumulatif des quatre dernières années pour soutenir 86 projets grâce au Fonds régulier, dont 28 en français et 58 en anglais.

Dans le cadre de la nouvelle politique canadienne du long métrage, une enveloppe spéciale de 1,8 million de dollars par année a été allouée à Téléfilm Canada pour la mise en place d'un programme d'aide aux cinéastes indépendants, qui soutiendr la production de longs métrages de réalisateurs indépendants disposant d'un budget d'au moins 300 000 $.

Par ailleurs des crédits annuels de 2,9 millions de dollars seront affectés à des coopératives de production, pour venir en aide aux cinéastes en début de carrière, offrant ainsi à des jeunes

créateurs issus de différentes communautés régionales et culturelles la possibilité d'enrichir leur savoir-faire.

4.3.2.6 Le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI)

Le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI) a contribué au financement de productions québécoises pour un montant global de 1 000 000 $ entre 1993-1994 et 1997-1998, soit environ 200 000 $ par année en moyenne.

Tableau 4/59
Déboursés du FCFVI (en millions de dollars)
au soutien de productions québécoises
(1993-1994/1997-1998)

	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	Total
Déboursés du FCFVI	0,17	0,35	0,10	0,20	0,19	1,01

Source : Rapport de PricewaterhouseCoopers.

On peut sans doute estimer qu'approximativement la moitié de cette somme est allée à des projets qui s'apparentent à des productions indépendantes au sens de la SODEC ou productions du type de celles qui sont soutenues par le CALQ ou le CAC, l'autre moitié allant à des projets soutenus également par le FCT ou Téléfilm Canada et qui sont donc assimilables à la production télévisuelle courante.

Notons que, dans le cadre de la nouvelle politique canadienne du long métrage, ce secteur bénéficie d'un financement annuel stable de 1,8 million de dollars.

4.3.2.7 Le programme d'Aide au cinéma indépendant canadien (ACIC) de l'Office national du film

Le Programme français de l'Office national du film (ONF) offre depuis 1994 une Aide au cinéma indépendant (Canada), l'ACIC. Cette aide d'appoint vise à soutenir la production, partout au Canada, de films de langue française à caractère innovateur sur le plan de la forme ou du contenu. Depuis l'été 2000, une place prioritaire est accordée aux documentaires sur support film et vidéo, mais l'aide s'adresse également aux réalisateurs de courts et moyens métrages de fiction ou expérimentaux. L'ACIC soutient annuellement une cinquantaine de productions.

L'aide, qui ne représente jamais la totalité du budget, est accordée sous forme de prêt d'équipement ainsi que de services techniques en production et en postproduction. Seule la version finale d'un scénario peut être retenue; s'il y a eu tournage avant la demande d'aide, le cinéaste doit soumettre un assemblage de matériel image et son. Pour chaque service offert, le cinéaste s'engage à payer à l'avance 10 % des frais reliés audit service.

Tableau 4/60
Nombre de projets soutenus et montants alloués par an – ACIC français

1994-1995		1995-1996		1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		2000-2001	
(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)	(Nb)	(000 $)
82	n/d	32	n/d	85	459	66	466	76	399	68	400	n/d	400

La majorité des projets de langue française sont issus du Québec, et particulièrement de Montréal. A titre d'exemple, en 1999-2000, 3 films de fiction, 10 films d'animation, 26 documentaires et 25 films de divers genres provenaient du Québec, par rapport à un seul projet documentaire venu d'Acadie et 2 de l'Ontario/Ouest, sur un total de 68 projets.

Tableau 4/61

Répartition par genre – Programme français – ACIC – Montréal				
	31 mars 1999	31 mars 2000	Répartition au 31 mars 2000	
Documentaire (film)	10	15	137 935 $	34,43 %
Documentaire (vidéo)	1	11	77 712 $	19,40 %
Art/expérimentation	3	3	18 668 $	4,66 %
Court et moyen métrage de fiction	35	22	131 569 $	32,85 %
Long métrage de fiction	5	4	34 688 $	8,66 %
Total	54	55	400 571 $	100 %

Source : Planification 2000-2002, Programme français, ONF.

Il existe également un programme spécifique de cinéma autochtone, le Aboriginal Filmmaking Program au Programme anglais. Au cours des trois premières années, 21 films ont été mis en chantier et achevés en 1999-2000. Au Programme français, un programme de stage rémunéré a été mis sur pied en 1995-1996. Trois œuvres documentaires ont été réalisées par trois cinéastes autochtones.

4.3.3 LES FORMES DE L'AIDE PUBLIQUE

Le tableau 4/62 distribue les différents programmes d'aide à la production « indépendante » au sens de la SODEC, selon leurs destinataires (individus, entreprises), leurs finalités (aide aux projets spécifiques, aide à l'activité globale d'une entreprise), leurs modalités (sélectives, automatiques) et le fait qu'ils s'appliquent à l'étape du développement ou de la production.

La majorité des programmes d'aide publique sont des aides aux projets, c'est-à-dire des formes de soutien qui concourent à la réalisation d'un projet spécifique et sont liées à la vie économique de ce projet.

Les programmes administrés par les sociétés d'aide (SODEC, CALC, CAC, Téléfilm), l'ONF et le FCFVI, en développement comme en production, sont exclusivement sélectifs, c'est-à-dire qu'il y a sélection basée sur une appréciation qualitative et subjective de la valeur du projet ou de la démarche de l'artiste; le jugement est parfois posé par des jurys de pairs. Il n'y a pas de formes

d'aide automatique, dans la mesure où nous avons considéré que les programmes de CIR ne sont pas particulièrement adaptés à la production indépendante et que les entreprises enregistrées ou à but non lucratif ne sont pas admissibles. Cela dit, certaines coopératives et autres entreprises indépendantes fonctionnent sous deux entités : l'une à but non lucratif – admissible à des subventions de fonctionnement et à des subventions aux projets du CALQ ou du CAC, par exemple; l'autre incorporée – admissible aux programmes de CIR et aux programmes d'investissement visant davantage le secteur privé.

Tableau 4/62
PROGRAMMES D'AIDE PUBLIQUE S'ADRESSANT PLUS SPÉCIFIQUEMENT À LA PRODUCTION INDÉPENDANTE

AIDE AUX PROJETS (accessible aux individus)	AIDE AUX PROJETS (accessible aux entreprises)	AIDE AUX ENTREPRISES INDÉPENDANTES
Aides sélectives	**Aides sélectives**	**Aides sélectives**
Développement : - Aide sélective aux scénaristes et scénaristes-réalisateurs (SODEC) - Aide à la scénarisation – Jeunes créateurs (SODEC) - Aide à l'écriture de scénario, longs métrages de fiction (Téléfilm) **Création/production :** - Bourses aux artistes (soutien à la création), arts médiatiques (CALQ) - Bourses aux artistes (soutien au développement créatif et soutien aux réalisations), arts médiatiques (CAC) - Programme ACIC (ONF)	**Développement :** - Aide sélective, secteur indépendant (SODEC) - Aide à la scénarisation du Programme d'aide aux jeunes créateurs (SODEC) - Aide au développement, fonds régulier (Téléfilm) **Production :** - Aide à la production de longs métrages, secteur indépendant (SODEC) - Aide à la production de courts et moyens métrages de fiction (SODEC) - Aide à la production de documentaires – œuvres uniques (SODEC) - Aide à la production de court et moyen métrage, documentaire ou fiction – Jeunes créateurs (SODEC) - Aide à la production de long métrage, documentaire ou fiction – Jeunes créateurs (SODEC) - Aide à la production (FCFVI) - Programme ACIC (ONF) - Fonds régulier (Téléfilm) - Programme d'aide aux cinéastes indépendants (Téléfilm) - Aide à la production, Fonds régulier (Téléfilm)	**Développement/production :** - Aide aux centres d'artistes et coopératives de production, arts médiatiques – subventions de fonctionnement (CALQ) - Subvention aux organismes - arts médiatiques (CAC) - Aide aux coopératives de production (Téléfilm)
Aides automatiques	**Aides automatiques**	**Aides automatiques**
- Exemption fiscale sur revenus de droits d'auteur (Québec)		

Notes : Nous avons indiqué les programmes qui ciblent plus particulièrement les productions indépendantes, mais celles-ci sont également admissibles à la plupart des programmes qui n'établissent pas de distinction entre production indépendante et privée, comme le FFLM de Téléfilm Canada, les volets PPC et PDD du Fonds canadien de télévision, les programmes de CIR québécois ou fédéral, etc., *si elles se conforment aux règles générales d'admissibilité à ces programmes*. Signalons cependant que les entreprises enregistrées ou à but non lucratif ne sont pas admissibles aux programmes de CIR québécois ou fédéral; les productions indépendantes ne peuvent y accéder qu'à la condition d'être produites par une entreprise incorporée et de se conformer aux autres règles d'admissibilité en vigueur. Les programmes en italique sont de nouveaux programmes qui n'existaient pas en 1999-2000.

Évidemment, il y a davantage de programmes d'aide aux projets qui sont accessibles directement aux individus, y compris des bourses aux artistes, pour ce type de production que pour la production cinématographique et télévisuelle du secteur privé. Les entreprises indépendantes comme les centres d'artistes et coopératives de production ont aussi accès à des subventions annuelles de fonctionnement en plus des aides au financement de projets spécifiques.

Dans l'ensemble, la gamme des programmes auxquels les productions indépendantes sont admissibles est large et diversifiée, mais il faut rappeler que les ressources financières imparties à chacun d'eux sont modestes par rapport à de grands programmes comme le PPC et le PDD du Fonds canadien de télévision, le FAFLM ou, dans une moindre mesure, les programmes de la SODEC s'adressant au secteur privé.

4.4 LE FORMAT GÉANT

Les renseignements présentés dans cette section comprennent une description de la structure de l'industrie et un examen de la situation ainsi que des problèmes qui affectent présentement le développement du film format géant. Ils sont tirés en grande partie d'une étude réalisée en décembre 2001, par SECOR, sous le titre *L'analyse du financement du film format géant*[18], et d'une autre intitulée *L'industrie du cinéma Format Géant : Enjeux et perspectives de croissance*[19], réalisée par cette même firme en 1999.

4.4.1 INTRODUCTION

Le Québec accapare une portion significative de la production mondiale de films en format géant et compte aussi parmi les territoires les mieux pourvus en salles spécialisées dans ce domaine.

Il y a des raisons historiques à cela, puisque les premiers films sur écran géant ont été projetés à l'Expo 67 à Montréal; un procédé multi-projecteurs/multi-écrans, au développement duquel l'ONF a été étroitement associé, était alors utilisé. Ce procédé a ensuite évolué vers un système à un seul projecteur et un seul écran géant, mis au point par Multiscreen Corporation, qui deviendra IMAX Corp. par la suite.

Le premier film format géant, produit par des Canadiens, a été projeté à l'Expo 70 à Osaka. L'ONF a produit plusieurs films en format géant à compter de 1979; il a participé à l'émergence du cinéma format géant en 3-D en 1986 (*Transitions* de Colin Low), a produit le premier film de fiction en format géant en 1989 (*Le premier empereur de Chine* de Tony Ianzelo), puis le premier film format géant en haute définition en 1992 (*Momentum* de Colin Low et Tony Ianzelo).

Les Productions Pascal Blais ont par ailleurs produit le premier film format géant qui contient une large part d'animation (*Le vieil homme et la mer*) et ont dû concevoir pour ce faire un banc d'animation n'existant nulle part ailleurs dans le monde.

---

[18] *L'analyse du financement du film format géant* , SECOR, pour le Consortium Format Géant, en collaboration avec le ministère des Communications du Québec, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada, décembre 2001.

[19] *L'industrie du cinéma Format Géant : Enjeux et perspectives de croissance*, SECOR, pour le Consortium Format Géant, en collaboration avec le ministère de la Culture et des Communications du Québec, le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et des partenaires privés, décembre 1999.

Bref, Montréal a été un centre important de développement des différentes technologies de format géant, ce qui lui a mérité le titre de leader à l'échelle internationale.

4.4.2 LA STRUCTURE DE L'INDUSTRIE

Selon le modèle défini par SECOR, la chaîne de valeur de l'industrie du cinéma format géant se compose de plusieurs intervenants dont les trois principaux sont : les producteurs, les distributeurs et les exploitants de salles. À ceux-ci s'ajoutent les entreprises de services techniques et les fournisseurs de technologies, qui jouent également un rôle majeur à l'intérieur de cette chaîne de valeur.

Les liens d'affaires et économiques de ces différents joueurs sont extrêmement étroits puisque la santé financière de chacun est liée à la taille des recettes générées par les productions et à la répartition de ces recettes à travers les différents maillons de la chaîne.

4.4.2.1 La production

Le secteur de la production de films format géant compte peu de joueurs, une trentaine seulement à l'échelle mondiale, dont les deux tiers (22) sont de petite taille. Cependant, 51 % des films en circulation proviennent de ces petits producteurs.

Le catalogue de films format géant est composé à 81 % de films provenant de l'Amérique du Nord (États-Unis et Canada), ce qui représentait 194 films à la fin de l'année 2000[20]. Alors qu'ils n'avaient que 11 films à leur compte cette année-là, les producteurs européens en ont lancé 5 en 2001. L'Asie et l'Amérique latine comptent également des producteurs mais ils ont été peu actifs au cours des deux dernières années.

La production de films a connu une croissance importante depuis trois ans. Près du quart de ceux-ci (23 %) proviennent du Canada, et principalement du Québec (85 % de la production canadienne). Ainsi, des 53 films produits pendant cette période, 26 étaient américains, 12 canadiens, 11 européens. Malgré cette bonne performance, on remarque au cours de cette même période que la production canadienne est à la baisse alors qu'elle est relativement stable aux États-Unis et en pleine expansion en Europe.

Les producteurs de films format géant sont en général spécialisés dans ce secteur. De plus, malgré les expériences tentées par quelques grands producteurs tels Disney et Sony Pictures, les grands studios américains en sont quasi absents.

Les films format géant sont, règle générale, des courts ou moyens métrages dont la durée moyenne se situe entre 30 et 50 minutes; quelques longs métrages format géant ont été produits, dont *Titanica* (film canadien) et *Fantasia 2000* de Disney. Avant 1990, la moitié des films en format géant étaient des courts métrages de moins de 30 minutes.

---

[20] Source : GiantScreenbiz.com.

Environ 80 % du catalogue cumulatif mondial est composé de documentaires, mais depuis le début des années 90, le développement plus accéléré des salles commerciales, et notamment de celles intégrées à des mégaplexes, favorise la croissance de la production de divertissement. On assiste aussi au développement d'un type de production que SECOR qualifie de ludo-éducatif, qui combine la dimension éducative et la dimension divertissement, de façon à pouvoir être exploité à la fois par les salles institutionnelles et par les salles commerciales.

Les films en format géant ont cette particularité d'être diffusés sur une seule et unique fenêtre : les salles à écran géant. La croissance potentielle du volume de production de films format géant est donc directement tributaire de la croissance du réseau de salles spécialisées en mesure de les accueillir. Par ailleurs, les films format géant, compte tenu des coûts de production élevés qu'ils entraînent, sont conçus pour être exploités à l'échelle internationale, aucun marché local ou national ne pouvant suffire à les rentabiliser. Environ 90 % des revenus des films en format géant canadiens ou québécois proviennent de l'étranger.

4.4.2.2 La distribution

Le secteur de la distribution du film format géant compte 57 distributeurs[21]. Il est peu structuré et se caractérise par la présence d'une multitude de petits distributeurs aux côtés de quelques gros joueurs. Les 10 plus importants contrôlent 68 % du catalogue, soit 131 films sur un total de 194, le reste appartenant aux 47 autres distributeurs. Peu de grands distributeurs du secteur du cinéma traditionnel sont actuellement actifs dans le secteur du format géant, hormis Sony Pictures Classics et Disney, qui distribuent principalement leurs propres films.

La distribution a été modelée en fonction des caractéristiques propres au marché : un nombre restreint de joueurs, des productions distribuées à travers le monde et qui revêtent des vocations diverses (culture, éducation, divertissement).

Presque tous les distributeurs sont également producteurs et deux parmi les plus gros, IMAX et Iwerks Entertainment, sont aussi fournisseurs de technologies. Au Canada, les principaux distributeurs sont aussi les principaux producteurs : Stephen Low Productions, TVA International, Primesco et SK Films.

À l'instar du secteur de la production, celui de la distribution est fragmenté. Selon l'étude de SECOR, cette fragmentation constitue un des problèmes fondamentaux de l'industrie en raison des coûts très élevés qu'elle entraîne, empêchant l'émergence d'économies d'échelle et limitant la capacité d'effectuer des activités de promotion et de mise en marché porteuses.

4.4.2.3 L'exploitation des salles

Ce segment de l'industrie compte une grande variété de types de salles caractérisées par une vaste distribution géographique et une faible concentration de leur propriété.

---

[21] Source : GiantScreenbiz.com.

On comptait, en 2001, 316 salles de cinéma format géant comparativement à 77 en 1989 et 295 en 1999[22]. De ce nombre, 58 % avaient une vocation institutionnelle (musées de sciences, de technologies, planétarium, parcs nationaux) et 42 % une vocation commerciale (parcs thématiques, multiplexes). Par ailleurs, 133 salles possédaient un système de projection 3D.

Le nombre de salles installées dans les multiplexes, évalué à 10 en 1998, avait doublé en 2000. Paradoxalement, ce secteur a connu 10 fermetures de salles depuis 1996.

Le Canada est le pays qui dispose du plus grand nombre de sièges de salles format géant par habitant, devant le Japon, l'Australie et les États-Unis.

Le Québec n'est pas en reste : la grande région de Montréal sera bientôt dotée de quatre salles format géant, ce qui représente un ratio très élevé de une salle par 825 000 habitants; à titre de comparaison, Tokyo compte 15 salles mais, compte tenu de sa taille, le ratio est 1,8 million d'habitants par salle. Des salles format géant sont aussi implantées à Québec et Hull. La salle de Québec est celle qui connaît la plus forte fréquentation, avec 500 000 spectateurs par année, comparativement à 400 000 pour Hull et à une moyenne de 350 000 par salle pour les salles du Grand Montréal.

4.4.2.4 Les services techniques et les fournisseurs d'équipement

Tout comme dans les autres secteurs de la production audiovisuelle, les producteurs de films format géant ont besoin d'une panoplie de services techniques allant des travaux de laboratoire aux services d'enregistrement sonore, de montage, de doublage, etc.

À part Los Angeles et Paris, peu de villes dans le monde possèdent la totalité des composantes nécessaires à la production de films format géant : caméras, scanners, laboratoires.

Les laboratoires

Il n'existe dans le monde que trois laboratoires reconnus comme ayant la capacité et les équipements nécessaires pour effectuer les travaux de développement de films format géant. Ils sont situés à Hollywood (CFI), Paris (Gulliver) et Tokyo (Imagica). CFI est de loin le plus important et bénéficie de la concentration des producteurs sur le continent nord-américain. Pour les producteurs canadiens et québécois, cette absence de laboratoire à proximité des lieux de production occasionne des frais, notamment au chapitre des déplacements, et contribue à garder les coûts du développement et des copies à un niveau élevé compte tenu du manque de concurrence sur ce marché.

L'enregistrement sonore, le montage et le doublage

Les producteurs de films format géant sont bien servis à ce chapitre puisque les prestataires de services sont les mêmes que pour les autres domaines de la production audiovisuelle. Au Canada, plusieurs entreprises de ce secteur ont récemment investi des sommes importantes en équipement pour desservir le marché canadien et même étranger.

---

[22] Source : GiantScreenbiz.com.

Les fournisseurs d'équipement

La complexité de la technologie format géant et le coût très élevé des équipements constituent un frein au développement de ce secteur et expliquent le petit nombre de fournisseurs présents dans le marché. Cependant, le fait que de plus en plus de nouvelles salles offrent le format 8/70, moins coûteux que le format 15/70 créé par IMAX et seul disponible dans ses salles, laisse entrevoir pour cette industrie une amélioration significative au chapitre de la fourniture d'équipement.

4.4.3 UNE INDUSTRIE EN PHASE DE TRANSITION

Selon l'analyse de SECOR, l'industrie du format géant traverse présentement, après une période de forte croissance, une phase de transition importante, caractéristique d'un marché rendu à un stade d'épuration, et qui se traduit par des bouleversements touchant la majorité de ses composantes, notamment par la disparition des joueurs les moins compétitifs et le renforcement des plus performants.

Cette situation peut être attribuable à quatre principaux facteurs :

- ***Le film format géant est un produit culturel à coûts et risques élevés***

Les coûts

Les films format géant engendrent des coûts très élevés non seulement à l'étape de leur production mais également à celles de leur distribution et de leur mise en marché.

Au chapitre de la *production*, le coût moyen d'un film 2D se situe entre 5 et 6 millions de dollars américains et celui d'un film 3D entre 6 et 8 millions de dollars américains. Cependant, selon des données de la SODEC, le coût moyen des films québécois est de 4,5 millions de dollars américains (6,6 millions de dollars canadiens), donc légèrement inférieur à la moyenne mondiale. La durée moyenne des films format géant étant de 35 à 40 minutes, leur coût horaire s'avère quatre fois plus élevé que celui des films conventionnels.

Cette importante différence de coûts s'explique entre autres par :

- des équipements techniques très coûteux, notamment les caméras, dont les coûts de location sont très élevés et l'offre limitée;

- la complexité technique de plusieurs tournages nécessitant des investissements élevés en équipements spécialisés;
- le coût exorbitant de la pellicule qui, pour les films 2D, coûte cinq à huit fois plus cher que pour les films conventionnels, et encore deux fois plus pour les films 3D;
- le nombre limité de laboratoires, qui engendre des coûts de déplacements élevés et une pression à la hausse sur les prix;
- un ratio « film tourné/film final » beaucoup plus élevé que pour le film conventionnel.

En ce qui a trait à la distribution et à la mise en marché, la fragmentation de la propriété des salles et leur vaste répartition géographique contribuent à une augmentation significative des coûts. Selon une étude du GSTA[23], il en coûte environ 1,5 million de dollars américain pour la distribution d'un film 2D pendant sa durée de vie. Selon SECOR, près de la moitié de ce montant, soit 700 000 $US, sert à produire les copies. Pour un film 3D, ces coûts sont estimés à 1,35 million de dollars américain.

De plus, alors que jusqu'à tout récemment les copies de films étaient achetées par les exploitants de salles, les distributeurs se voient maintenant obligés d'assumer la totalité des coûts reliés à ces copies (le prix unitaire se situe entre 18 et 20 000 $US), ce qui contribue à augmenter les coûts de distribution et le risque financier des distributeurs. Cette nouvelle tendance pourra également affecter la durée de présentation d'un film puisque l'exploitant de salle se sentira moins obligé de rentabiliser les copies.

Quant aux coûts directement liés à la *vente* et à la *mise en marché du film*, les distributeurs canadiens les évaluent entre 500 000 $US et 1 000 000 $US.

Les risques

L'analyse des données disponibles[24] démontre que la moitié des films format géant génèrent en moyenne moins de 10 millions de dollars américains de recettes, montant insuffisant pour rentabiliser les productions, ce qui entraîne du même coup un risque commercial important pour les différentes composantes de l'industrie.

À ce risque commercial s'ajoute un risque temporel lié à la longue durée des films et à la fragmentation du réseau des salles. En effet, contrairement aux longs métrages, les revenus des films format géant s'échelonnent sur une longue période de diffusion. Bien que la longévité des films permette de cumuler des revenus pendant plusieurs années, elle a aussi pour conséquence d'allonger la période au cours de laquelle le producteur peut récupérer ou rentabiliser son investissement.

- ***La demande subit des bouleversements temporaires***

Selon les données analysées par SECOR, les recettes au box-office pour les 45 premières semaines de 2001 ont diminué de 52 % par rapport à 2000, année record caractérisée par le lancement de trois grosses productions (*blockbusters*). Cependant, si l'on compare 2001 à 1999, on remarque une tendance à la baisse de l'ordre de 20 %. En 2000-2001, la majorité des distributeurs disent avoir subi une baisse de leurs recettes au box-office. Cette diminution serait attribuable au fait que plusieurs des films lancés au cours des deux dernières années étaient peu adaptés au format géant ou, dans certains cas, de qualité moindre que la moyenne.

Cette diminution des recettes signifie du même coup une baisse de l'achalandage dans les salles. Selon un sondage effectué par la Giant Screen Theater Association, cette diminution est ressentie depuis trois ans, particulièrement dans les salles institutionnelles. Au Canada, SECOR estime à

---

23 Giant Sreen Theater Association.
24 GiantScreenbiz.com.

8 % la baisse de l'achalandage enregistrée en 2000 par rapport à 1999 et retient six facteurs pouvant expliquer cette diminution :

- la suroffre de salles format géant dans certains marchés;
- la baisse de la durée des locations, estimée à 11 % en moyenne par année depuis quatre ans. La diminution de l'achalandage incite les exploitants de salles à diversifier leur programmation pour maintenir ou accroître leurs revenus;
- l'apparition de films peu adaptés au format géant de 1999 à 2001;
- l'incapacité des salles commerciales à effectuer une bonne mise en marché de leurs films;
- l'offre de films peu adaptée à la clientèle des salles format géant commerciales : ce facteur est au centre de la problématique des salles commerciales, et compte tenu du rôle clé de ces salles, plus de recherches et d'expérimentations doivent être conduites sur les préférences et attentes des téléspectateurs;
- la carence encore marquée de films 3D par rapport au potentiel du marché : cette technologie a connu une croissance phénoménale depuis 1995 alors que seulement 17 salles offraient de tels films comparativement à 133 en 2001. Malgré cette progression constante des salles, seulement 21 films 3D apparaissent actuellement dans le catalogue des films format géant. Ce déficit s'explique en partie par le coût très élevé de ce genre de production et par sa complexité technique, mais il n'existe actuellement aucune mesure pour stimuler ce secteur.

Parallèlement à ces différents facteurs, les difficultés que connaît présentement la société IMAX risquent aussi d'affecter l'ensemble de l'industrie en raison de sa forte dépendance à l'égard de cette entreprise. En effet, même si elle a joué un rôle majeur dans la croissance du format géant, elle a aussi contribué à sa fragilisation en raison de sa position de monopole dans plusieurs secteurs d'activité, avec pour conséquences une forte augmentation des prix et une concurrence quasi impossible.

4.4.4 LE FINANCEMENT

Une industrie marquée par un manque chronique de financement...

La situation qui prévaut en matière de financement du format géant est fort différente de celle qui existe dans le secteur de la production conventionnelle. En effet, alors que celle-ci peut être développée et produite grâce à des investissements de départ (principalement des minimums garantis/pré-achats, des investissements privés et des contributions publiques), l'industrie canadienne du format géant bénéficie de très peu d'avances, ce qui rend le montage financier plus difficile et plus complexe.

De plus, le soutien public est limité car le format géant n'est admissible qu'aux crédits d'impôt, les différents programmes d'investissement/subventions mis en place au Canada et dans les provinces ne lui étant pas accessibles ou étant peu adaptés à sa réalité. Cet apport de fonds publics dans la structure de financement des films format géant est de l'ordre de 25 %, alors qu'il se situe autour de 31 % pour les longs métrages et 29 % pour les productions télévisuelles.

En conséquence, le financement de l'industrie repose sur des investissements privés considérables provenant principalement du producteur, dont la part atteint en moyenne près de

33 % du budget alors qu'elle se situe respectivement à 4 % et 5 % pour les producteurs de longs métrages et de séries télévisées. Cet investissement représente un risque financier et commercial très élevé étant donné que la majorité des producteurs sont de petite taille et ne produisent en moyenne qu'un film tous les deux ans. Un tel niveau de risque nuit considérablement au développement de l'industrie.

À cette participation du producteur s'ajoute celle provenant des commandites,qui sont fort importantes puisqu'elles peuvent représenter jusqu'à 50 % du budget de production.

L'absence d'intermédiaires financiers, tels les distributeurs et les diffuseurs, contribue également aux difficultés de financement du format géant. Dans la production conventionnelle, ces intermédiaires jouent un rôle crucial dans l'amorce d'une production puisque leurs investissements ou avances peuvent représenter 30 à 40 % du budget. Le fait qu'il n'existe pas de grands distributeurs dans le secteur du format géant constitue une des principales causes des difficultés que connaît cette industrie. En effet, ceux-ci disposent de capitaux importants qu'ils investissent dans les productions conventionnelles, contribuant ainsi à amoindrir les risques du producteur. Toutefois, tel que mentionné précédemment, le secteur de la distribution de l'industrie du format géant est largement sous-développé et ces grands distributeurs ne font pas partie de sa chaîne de valeur.

À ces différents problèmes s'ajoute celui découlant du fait que les propriétaires de salles sont de plus en plus enclins à réduire leur risque et leur implication financière au détriment du distributeur et du producteur, notamment par la réduction des pré-achats et avances.

Compte tenu de sa structure de financement particulière et des nombreux problèmes signalés précédemment, l'industrie du format géant est fortement tributaire des recettes d'exploitation en salle. Rares sont les films qui ont pu générer des revenus dérivés comme l'ont fait certains longs métrages conventionnels. Toutefois, comme nous l'avons vu, on assiste, depuis trois ans, à une baisse de l'achalandage, à une diminution de la durée de location des films dans chaque salle et à une baisse du pourcentage des redevances payées par les salles aux distributeurs jumelée à leur volonté de ne plus payer les copies. Selon une analyse du GSTA, tous ces facteurs contribuent à faire en sorte que l'écart entre la rentabilité de la salle et celle du producteur-distributeur s'accroît considérablement, et cette situation crée certaines tensions au sein de l'industrie.

... et par une rentabilité difficile à atteindre

Il est en général très long et très difficile de rentabiliser les films format géant, particulièrement les films « commerciaux ». Un récent rapport d'analyse d'impact du GSTA démontre que sur un échantillon de 20 films format géant, seulement 4 (20 %) ont généré des profits, les autres (80 %) ayant enregistré des pertes.

Considérant le modèle le plus courant de partage des recettes, soit entre 15 et 20 % pour le distributeur et le reste pour la salle, en excluant les crédits d'impôt et toute forme d'aide à la production, un film ayant été présenté dans 50 salles devra générer des recettes au box-office de plus de 25 millions de dollars américains pour être rentable. En tenant compte des frais associés au développement du concept du film et aux autres activités précédant la production, l'évaluation

du GSTA établit le point mort de rentabilité d'un film à plus de 30 millions de dollars américains au box-office. Par ailleurs, le seuil de rentabilité pour la salle se situe à un peu plus de 5 millions de dollars américains. Ces chiffres illustrent bien les difficultés pour le producteur-distributeur de films format géant à rentabiliser ses films.

L'examen de la performance au box-office de tous les films lancés de 1998 à 2000 montre que seulement 25 % ont été rentables. Appliquée à tous les films inscrits au catalogue, cette analyse révèle que 33 % des films ont atteint le seuil de rentabilité, peu importe leur date de lancement[25].

L'analyse de la performance financière des productions réalisée par SECOR à partir d'une enquête du GSTA permet de déterminer la « combinaison gagnante » pour assurer la rentabilité d'un film : un budget élevé constitué de contributions publiques, de commandites et de revenus dérivés.

4.4.5 L'IMPORTANCE DE L'INDUSTRIE AU CANADA

Le Canada jouit d'une renommée au sein de l'industrie mondiale, non seulement à cause de son rôle de pionnier, mais aussi parce que l'industrie canadienne a réussi à se démarquer à plusieurs égards, souvent grâce à la performance de ses films ou encore à qualité des producteurs canadiens. À titre d'exemples, Stephen Low Company, producteur du film format géant *Beavers*, l'un des plus populaires au monde, figure parmi les dix premiers producteurs mondiaux, et les Productions Pascal Blais ont gagné un Academy Award, catégorie animation, pour leur film *Le vieil homme et la mer*, le seul film format géant reconnu par cette institution.

Une masse critique importante de joueurs présente au Canada

Une masse critique de joueurs de l'industrie mondiale se trouve au Canada. En effet, 11 % des producteurs et distributeurs et 9 % des salles sont localisés au pays, à Montréal plus particulièrement, ce qui place le Canada aux deuxième rang de l'industrie mondiale après les États-Unis. Le fait que l'industrie ait pris naissance au Canada n'est pas étranger à cette concentration. Par ailleurs, le fournisseur le plus important de technologie format géant, IMAX, a son siège social au Canada et un deuxième, Iwerks Entertainement, vient d'être acquis par SimEx, une entreprise canadienne spécialisée dans les sites de divertissement et de simulation.

De plus, le Consortium Format Géant, l'unique association qui représente les intérêts des entreprises et professionnels en format géant au Canada, est situé à Montréal, tout comme le bureau satellite de GiantScreenbiz, le Webzine international d'information sur l'industrie. Une autre manifestation de la renommée canadienne dans l'industrie mondiale : Toronto a été choisie pour accueillir le prochain congrès du GSTA en 2002 et Montréal pour accueillir celui de 2004.

Les producteurs canadiens sont plus actifs que la moyenne des producteurs sur la scène internationale. En effet, alors qu'ils représentent 11 % des producteurs mondiaux, ils ont à leur compte 23 % de la production au cours des trois dernières années.

---

[25] GiantScreenbiz.com.

Les films canadiens format géant peu présents sur les écrans canadiens

Les salles canadiennes présentent moins de films canadiens que de films étrangers. En effet, l'analyse de la proportion des films à l'affiche dans les salles canadiennes révèle qu'alors que le Canada produit 23 % des films, environ seulement 15 % des films au programme des salles canadiennes sont produits au Canada.

Les salles canadiennes aiment les formules de films éprouvées. Elles prennent peu de risques par rapport à leurs choix et préfèrent diffuser les films les plus susceptibles d'intéresser le grand public, notamment ceux des grands producteurs américains.

L'analyse détaillée des films à l'affiche dans toutes les salles canadiennes en novembre 2001 révèle que sur 59 diffusions dans une semaine donnée, on ne retrouvait que six films canadiens (soit 10 % des films), dont deux étaient des coproductions.

Des retombées économiques provenant principalement de l'extérieur mais avec un bon impact sur l'emploi

La part des revenus générés au Canada est de 16 % et celle à l'étranger de 84 %. En 2000, les producteurs canadiens ont généré 18 millions de dollars canadiens de recettes, dont 15 millions provenant de l'étranger. À partir des données de l'Institut de la statistique du Québec, SECOR estime que ces retombées ont eu un impact net sur la main-d'œuvre estimé à 217 emplois, soit 52 directs et 165 indirects.

Comme 85 % de la production canadienne venait du Québec au cours des trois dernières années, les recettes des producteurs québécois pour l'année 2000 sont évaluées à près de 15 millions de dollars canadiens, dont plus de 13 millions (95 %) provenaient de l'extérieur. Cela implique le maintien de 198 emplois.

Des retombées sociales et éducatives significatives

Une part importante (85 %) des films format géant produits au cours des quatre dernières années sont de nature documentaire ou éducative, ce qui permet à cette industrie de contribuer à l'amélioration des connaissances de la population. Plusieurs organismes américains tels des fondations scientifiques ou d'enseignement reconnaissent d'ailleurs l'utilité des films format géant pour le transfert des connaissances et investissent dans la production sans s'attendre à faire des profits. À titre d'exemples, la National Geographic Society, la National Science Foundation et la National Wildlife Federation, qui mettent en œuvre chaque année des programmes de financement pour la production de films format géant.

4.4.6 LE SOUTIEN À LA PRODUCTION AU CANADA ET À L'ÉTRANGER

L'aide publique au Canada

Alors que le financement public est une source largement utilisée par les producteurs de cinéma « conventionnels », son importance est moindre dans le format géant et se limite bien souvent aux crédits d'impôt (fédéral et provinciaux).

En effet, bien qu'à priori le film format géant ne soit pas exclu spécifiquement des programmes publics destinés aux productions canadiennes (comme le Fonds de participation au capital de Téléfilm, le Fonds de financement des longs métrages, le Programme de partage des revenus de production), ces fonds ne sont pas adaptés à ce type de production, en raison, notamment, de la durée plus courte des films format géant (40 minutes, ce qui ne permet pas de les considérer comme des longs métrages). De plus, les programmes existants ne « collent » pas toujours aux réalités du format géant (par exemple, la provenance internationale des revenus, les thèmes couverts, les coûts élevés en équipement et en matériel...) et en font des outils financiers difficiles à utiliser. Pour ces raisons, peu de productions format géant ont bénéficié jusqu'à maintenant du soutien de ces programmes.

Il existe, au Canada, trois formes de soutien public à la production cinématographique : les crédits d'impôt; les prêts et les crédits d'anticipation; et les investissements ou la prise de participation.

En plus de ces programmes, il existe d'autres fonds publics qui pourraient être utilisés pour des projets de films format géant, mais à d'autres étapes que la production. Ainsi, le ministère fédéral des Affaires étrangères et du Commerce international verse des subventions aux producteurs participant à des événements internationaux, dans le but de conclure des accords de coproduction ou de vente de films. Le programme fédéral de développement des marchés d'exportation vise à partager les dépenses de démarchage à i'étranger, sur une base remboursable. Dans le même objectif de vente de films à des salles étrangères, la Société d'expansion des exportations (SEE) offre de financer les contrats à l'international. Téléfilm propose aussi un fonds avec des objectifs similaires, mais qui s'adresse aux producteurs de films canadiens ayant déjà bénéficié des autres fonds de Téléfilm, ce qui concerne peu de films format géant à l'heure actuelle.

Les crédits d'impôt

En règle générale, le financement public des productions québécoises est de l'ordre de 22 % du budget total, soit un peu moins que le maximum possible pour les crédits d'impôt fédéral et provincial (Québec) combinés. En effet, seule une portion des dépenses de production est admissible. Par ailleurs, pour ne pas léser les producteurs qui doivent faire affaire à l'extérieur du pays pour leurs travaux de laboratoire (puisqu'il n'en existe aucun au Canada), les dépenses liées aux travaux réalisés à l'extérieur du pays sont assujetties à une exception de façon à ne pas réduire le montant total des dépenses admissibles au crédit. Selon un document produit par la SODEC en septembre 2001, les crédits d'impôt québécois au format géant totalisent 7,4 millions de dollars accordés à neuf films dont les devis totaux de production s'établissent à 54,5 millions.

Au niveau fédéral, c'est le BCPAC (Bureau de certification des productions audiovisuelles canadiennes) qui gère les crédits d'impôt. Ceux-ci peuvent atteindre 25 % de la masse salariale admissible, jusqu'à un maximum de 12 % des coûts de production. Le crédit d'impôt fédéral effectif dépasse rarement les 10 % du budget, attendu qu'une part importante des services techniques est réalisée à l'extérieur du pays (absence d'une telle offre au Canada) et que les thèmes des productions format géant exigent souvent des tournages à l'étranger *(Source : BCPAC).*

Au niveau provincial, l'Ontario, le Québec, la Colombie-Britannique, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, le Manitoba et la Saskatchewan proposent des programmes de crédit d'impôt. L'Alberta dispose d'un programme d'investissement qui s'y apparente, soit un programme de subvention de type « automatique » (aucun jugement sur le contenu), et offre une somme qui peut atteindre jusqu'à 10 % du budget de production (maximum de 500 000 $).

Des différences parfois notables existent entre les provinces en ce qui concerne les critères d'admissibilité et l'obligation de rembourser. Ce type de financement représente de 10 à 20 % environ du budget total de production, pour les producteurs canadiens. Notamment, le Québec accorde un crédit maximum de 22,3 % du budget de production et il est possible de le bonifier jusqu'à 25 % pour les productions en région ou en français, ainsi que pour l'animation et les effets spéciaux.

Enfin, mentionnons que pour allouer un crédit d'impôt dans le domaine du format géant, les gouvernements exigent généralement qu'une salle locale (canadienne, québécoise, ontarienne, selon l'origine du crédit) s'engage à diffuser le film, soit par une prévente ou encore par une lettre d'intention de la part de l'exploitant.

Les prêts et crédits

De plus en plus de producteurs ont recours à des emprunts pour compléter le financement de leurs films et entamer la réalisation. Cette dette est ensuite remboursée lorsque les premiers revenus de box-office sont perçus.

Le crédit d'anticipation (*gap financing*) est également de plus en plus utilisé, surtout depuis que des sociétés comme la FIDEC (Financière des entreprises culturelles du Québec) offrent ce type de financement. Il s'agit en fait d'un prêt évalué en fonction des ventes anticipées de la production, qui permet au producteur de compléter sa structure de financement sans devoir céder ses droits. Ce type de financement occasionne cependant des coûts assez élevés.

Le Programme de financement intérimaire du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle de la SODEC, également dans la catégorie du crédit anticipé, accorde un financement sous forme de garantie de prêt qui ne peut excéder 90 % du crédit d'impôt anticipé.

La prise de participation

D'autres sources de financement sont disponibles sous forme de prise de participation dans l'équité des productions. Plusieurs institutions québécoises proposent des fonds, notamment :

- La Caisse de dépôt et placement du Québec a investi dans des firmes actives dans le secteur du format géant par le truchement de sa filiale Capital Communications (dont Motion International, Productions Pascal Blais et Sky High) et qui finalise actuellement d'autres investissements dans le secteur.

- Le Fonds d'investissement de la culture et des communications offre du capital de risque – les commanditaires sont la SODEC et le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec – aux entreprises québécoises du secteur de la culture. Fin 2001, le Fonds n'a investi que dans une société du secteur du format géant (Productions Pascal Blais), et il étudie d'autres dossiers d'investissement dans le capital d'entreprises actives dans ce secteur.

Le soutien public ailleurs dans le monde

Au cours des dernières années, on observe que les gouvernements de différents pays s'intéressent à l'industrie du film format géant. En Europe, notamment, des pays (comme la France) se sont dotés de mesures spécifiques pour aider ce secteur alors que d'autres (l'Espagne et l'Allemagne) sont en voie de le faire. Ces initiatives sont une façon de reconnaître la spécificité du marché du format géant dans l'univers culturel de l'audiovisuel et ainsi stimuler une industrie aux retombées économiques fort intéressantes.

La France

La France a récemment adopté une dérogation aux programmes de soutien sélectifs à la production et à la distribution de longs métrages pour rendre admissibles les films format géant qui en étaient auparavant exclus parce qu'ils ne respectaient pas la durée minimale de 60 minutes.

Par ailleurs, l'industrie française de la production cinématographique bénéficie également d'un programme de soutien public automatique auquel sont maintenant admissibles les films format géant. Selon ce programme, tout film présenté dans une salle de cinéma française est sujet à une taxe obligatoire de 11 % du prix du billet prélevée par le Centre national de la cinématographie (CNC), et attribuée à un fonds d'investissement pour la production cinématographique.

Enfin, un programme français de financement « intérimaire » s'apparente au programme de crédit d'anticipation de la FIDEC, mais le financement est cependant non remboursable, et devient ainsi une subvention si le producteur ne fait pas ses frais.

La Commission européenne

Euromax, l'association européenne de l'industrie du format géant, fait actuellement pression sur la Communauté européenne pour qu'elle adopte, à l'exemple de la France, une dérogation au Plan Média Plus de soutien à la production et à la distribution cinématographique, pour rendre les films format géant admissibles aux programmes pour les longs métrages.

Les autres pays européens

L'Espagne et l'Allemagne se dirigent également vers un système dérogatoire propre au format géant.

En Espagne, un important lobby vise à faire modifier la réglementation pour qu'un film de 40 minutes et plus soit considéré comme un long métrage.

En Allemagne, une commission a été mise en place pour que les conditions d'admissibilité aux programmes de soutien à l'industrie cinématographique soit alignées sur les programmes français, y compris les amendements pour inclure les films sur support pellicule de format 70 mm comportant au moins huit perforations par image.

4.4.7 CONCLUSION

Comme nous l'avons illustré précédemment, l'industrie du format géant traverse présentement une phase de transition caractérisée par de nouvelles tendances qui prennent de plus en plus d'importance : la diminution de l'influence d'IMAX, le retrait des exploitants de salles quant au financement de films ou encore la diminution de la durée de location des films. Ces changements modifieront les rapports de force avec pour résultats la création de nouveaux modèles d'affaires et la naissance de nouveaux leaders.

4.5 LES AUTRES TYPES DE PRODUCTION (selon les données disponibles)

4.5.1 LA PRODUCTION INTERNE DES TÉLÉDIFFUSEURS

Les productions québécoises (cinéma, télévision, production indépendante, format géant) qui ont bénéficié du CIR québécois et qui ont été analysées dans les sections qui précèdent sont, en très large partie, des productions indépendantes, au sens de produites par des entreprises non liées à des titulaires de licence d'entreprises de programmation de radiodiffusion. C'est seulement depuis 1998 que les entreprises de production affilées à des diffuseurs conventionnels privés (comme *JPL Productions*, *TVA International*, *Productions Carrefour*, *Les Productions Point-Final* ....) peuvent avoir un accès limité au CIR québécois.

En 1999, les budgets totaux de l'ensemble des catégories de productions indépendantes – dont une partie ne pouvant excéder 20 millions de dollars de productions télévisuelles affiliées – qui ont bénéficié du CIR québécois se sont élevés à 635 millions de dollars, dont 496 millions de part canadienne et 139 millions provenant de coproducteurs étrangers.

Une autre portion de la production québécoise est réalisée par les réseaux eux-mêmes ou leurs sociétés de production affiliées (projets de catégories non admissibles ou excédant le maximum autorisé). Il est difficile d'établir avec précision quel est le volume annuel total de production interne/affiliée qui ne bénéficie pas du CIR québécois. Mais nous disposons de certains indicateurs à cet effet, grâce aux *Relevés statistiques et financiers* publiés par le CRTC.

À partir de ces données (et d'informations fournies par Télé-Québec), on peut établir qu'en 1999, l'ensemble des diffuseurs conventionnels privés basés au Québec, l'ensemble des services de télévision spécialisée et payante de langue française, le réseau français de Radio-Canada et Télé-Québec ont consacré collectivement 475 millions de dollars à leurs dépenses de programmation canadienne, dont 125 millions pour l'acquisition d'émissions indépendantes. Environ 350 millions ont donc été consacrés à des productions internes (station locale et réseau), à des productions acquises ou coproduites avec d'autres diffuseurs ou à des productions réalisées par des entreprises de production affiliées.

Cela fournit un ordre de grandeur, mais évidemment on ne peut établir quel est le volume total de production généré par cette dépense de 350 millions de dollars, puisque certaines de ces productions ont pu bénéficier des programmes de CIR fédéral et québécois ainsi que du volet PDD du Fonds canadien de télévision, voire d'apports internationaux (coproduction avec des diffuseurs étrangers).

4.6 LES TOURNAGES ÉTRANGERS

Les crédits d'impôt pour services de production du fédéral et des provinces, la faible valeur du dollar canadien et la qualité de l'infrastructure canadienne ont beaucoup aidé à soutenir l'augmentation du nombre de productions étrangères réalisées au Canada, qui sont, pour l'essentiel, américaines.

4.6.1 LE VOLUME DE PRODUCTION (en dollars)

Au cours des dix dernières années, soit depuis 1990, la valeur des tournages étrangers effectués au Canada a fait un bond spectaculaire, passant de 215 millions à 1,5 milliard de dollars en 1999.

En 1993, on note une augmentation de plus du tiers de la valeur des tournages étrangers par rapport aux trois années précédentes, la portant à 318 millions de dollars. Puis, en 1994, le taux de croissance atteint un sommet (69 %), et les retombées totales atteignent 539 millions. Hormis 1995 et 1997, où la croissance est faible (3 % et 7 %), les augmentations annuelles subséquentes se situent aux alentours de 37 %.

Au Québec, selon les données colligées par le Bureau du cinéma de Montréal, la valeur des tournages étrangers, marginale en 1990 avec ses 7 millions de dollars, a connu une croissance phénoménale pour atteindre 213,4 millions en 1999. C'est surtout au cours des cinq dernières années, soit depuis 1995, que la valeur des tournages étrangers en sol québécois s'est accentuée, dépassant largement la croissance observée au Canada. On enregistre en effet des gains variant de 49 % à 55 % entre 1994 et 1998. Par contre, la croissance ne fut que de 8 % de 1998 à 1999, nettement en deça des 37 % de croissance sur le plan canadien. Il importe toutefois de souligner

que depuis 1997, année de l'instauration du crédit d'impôt du Québec pour les productions étrangères, la part des tournages étrangers du Québec par rapport à l'ensemble des tournages étrangers réalisés au Canada s'est nettement relevée, passant de 9 % pour les années 1993-1996 à 16 % pour les années 1997-1999.

4.6.1.1 Cinéma/télévision

Les productions de télévision étrangères réalisées au Canada ont enregistré une augmentation de 49 % de 1995-1996 à 1998-1999, passant de 356 à 530 millions de dollars tandis que les longs métrages étrangers ont presque triplé, passant de 198 à 566 millions de dollars au cours de cette même période.

En 1998-1999, les productions étrangères comptaient pour 65 % des films distribués en salle alors qu'elles ne représentaient que 19 % des productions télévisuelles.

Nous ne possédons pas de données comparables pour le Québec.

4.6.1.2 Comparaisons avec d'autres provinces

Selon les données colligées par le ministère du Patrimoine canadien à partir des informations que lui transmettent les bureaux de cinéma régionaux, le Québec se classe au troisième rang, derrière la Colombie-Britannique et l'Ontario, quant au volume de productions étrangères tournées sur son territoire. Avec ses 213 millions de dollars en 1999, le Québec recueille le tiers du volume de la Colombie-Britannique et la moitié de celui de l'Ontario.

Il importe de rappeler que si le volume des tournages étrangers au Québec n'est pas aussi important qu'en Colombie-Britannique ou en Ontario, la production nationale du Québec est, elle, plus élevée au prorata. En effet, le volume de la production étrangère en Colombie-Britannique est plus élevé que celui de sa production domestique (+25 % en 1998) tandis que celui de l'Ontario y est presque égal.

Tableau 4/63
Évolution des tournages étrangers au Québec, en Colombie-Britannique, en Alberta et en Nouvelle-Écosse (millions $)

	Québec	Colombie-Britannique	Ontario	Alberta	Nouvelle-Écosse*	Total
1990	7,0	134	57	8	8,5	215
1991	9,2	132	54	12	2,3	211
1992	0	157	72	1,7	1	233
1993	22,5	188	68,9	31	7	318
1994	36,3	304	142	27,8	29	539
1995	56,1	323	157	2	15	554
1996	86,5	362	253	60	4,3	768
1997	129,0	425	221	31,5	5,4	819
1998	197,0	445	347	46	18	1096
1999	213,0	664,1	442,7	112	60	1505,9

* La Nouvelle-Écosse inclut, au chapitre des productions étrangères, toutes productions autres que celles émanant directement de la province.

On remarque une croissance importante de la production étrangère en 1998 et 1999, tant au Québec que pour l'ensemble du Canada. Cette période coïncide avec l'avènement des programmes de crédit d'impôt destinés à la production étrangère. Le gouvernement fédéral a établi cette politique fiscale en 1997; il a été suivi par l'Ontario et la Colombie-Britannique. Le Québec a lui-même suivi en 1998 en établissant un programme similaire pour les productions étrangères tournées sur son territoire.

Selon le Bureau de certification des productions québécoises de la SODEC, 23 demandes ont été faites depuis l'instauration de la mesure, soit 3 en 1998, 8 en 1999 et 12 en 2000. Ces demandes totalisent 6,3 millions de dollars de crédit d'impôt sur la base de dépenses de main-d'œuvre de 52,3 millions.

4.6.1.3 L'accueil des productions étrangères

Les tournages créent une activité économique importante pour les régions hôtes de ces tournages. Il s'est donc créé, au fil des années, des bureaux d'accueil de cinéma dans certaines régions du Québec. Le gouvernement du Québec s'est aussi assuré que l'ensemble du Québec puisse répondre aux demandes des producteurs étrangers.

Le Bureau d'accueil aux producteurs étrangers (BAPE) a été créé il y a dix ans par le gouvernement. Le mandat du BAPE est de promouvoir le Québec comme lieu de tournage et centre de production auprès des producteurs étrangers, afin de bénéficier de retombées économiques importantes pour l'industrie cinématographique et télévisuelle québécoise ainsi que pour les industries connexes.

Ce bureau travaille en concertation avec les divers organismes de l'industrie locale et les divers bureaux du cinéma. Il assure une représentativité du Québec dans les principaux événements cinématographiques et télévisuels à l'échelle mondiale, de même que dans les diverses publications internationales, et développe des relations avec les décideurs de l'industrie partout dans le monde.

Les services gratuits et personnalisés offerts par le BAPE visent à répondre aux besoins particuliers des cinéastes et producteurs intéressés à venir tourner au Québec :

- renseignements complets et détaillés sur tout ce qui a trait à la production cinématographique au Québec;
- services de professionnels expérimentés en recherche de lieux de tournage;
- accueil et accompagnement par des professionnels lors des visites des lieux de tournage;
- accès à une banque comprenant plus de 60 000 photos de lieux de tournage;
- assistance dans la recherche des ressources et des moyens techniques adaptés à chaque production;
- renseignements sur les avantages financiers de tourner au Québec.

Il existe quatre bureaux de cinéma régionaux, soit le Bureau du film de la région de Québec, le Bureau de cinéma et de la télévision d'Argenteuil, le Bureau de cinéma et de télévision de l'Estrie et le Bureau du cinéma de Montréal. Nous avons bien peu de données concernant les bureaux de cinéma situés en région, à l'extérieur de Montréal. Cependant, c'est toujours le Bureau du cinéma de Montréal qui continue de colliger les informations pour l'ensemble du Québec.

4.7 L'EMPLOI

L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle est une industrie fortement génératrice d'emplois puisque plus de 50 % des budgets de production consistent en des dépenses de main-d'œuvre. L'évolution de la situation de la main-d'œuvre dans ce domaine est donc fortement tributaire du volume de production mais aussi de la hauteur des budgets.

Le Québec n'échappe pas à cette règle. On y retrouve des emplois exigeant un niveau de compétence élevé quoique accessibles aux jeunes (ils y sont d'ailleurs très présents), et offrant un potentiel de revenus intéressant.

Le volume de production cinématographique et télévisuelle a subi une forte croissance au cours de la période allant de 1993 à 2000. En conséquence, le nombre d'emplois attribuables à cette industrie a connu lui aussi une forte tendance à la hausse pendant cette période.

Ainsi, une étude réalisée par PricewaterhouseCoopers pour le compte de l'Association canadienne des producteurs de films et de télévision (CFTPA) et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ)[26] indique une croissance vigoureuse de l'emploi entre les années 1993-1994 et 1999-2000. Selon les données de cette étude, le nombre d'emplois à temps plein (ou leur équivalent) dans l'ensemble de l'industrie[27] au Canada a connu une croissance annuelle soutenue de l'ordre de 12,2 % en moyenne par année pour la période allant de 1994-1995 à 1998-1999. Ce taux moyen de croissance annuelle est nettement supérieur à celui de l'ensemble des industries canadiennes pour la même période, qui, lui, n'était que de 2,4 %.

Dans l'étude, on constate qu'au Québec, cette croissance est encore plus importante : le nombre d'emplois à temps plein a plus que doublé au cours de la même période. La croissance qu'a connue le Québec est sans aucun doute reliée à l'existence du programme de crédit d'impôt du Québec (en comparaison, peu de provinces avait un programme en place avant 1997-1998), mais aussi à la venue de tournages américains à partir de 1993-1994[28]. De même, l'avènement du Fonds des câblodistributeurs (aujourd'hui le Fonds canadien de télévision) ainsi que l'arrivée, un peu plus tard, des canaux spécialisés, ont très certainement contribué à cette croissance.

Toujours selon les données de PricewaterhouseCoopers, l'industrie québécoise de la production cinématographique et télévisuelle a créé, directement et indirectement, quelque 37 500 emplois en 1999-2000. Cela représente 31,5 % de l'ensemble des emplois de l'industrie de la production au Canada. Il s'agit d'une augmentation importante comparativement à 1993-1994, où le nombre d'emplois directs et indirects au Québec totalisait 14 400 emplois, soit 27,5 % de l'ensemble des emplois de l'industrie au Canada.

---

26 *L'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Profil 2001*, rapport produit par la CFTPA et l'APFTQ selon un profil économique préparé par PricewaterhouseCoopers avec l'assistance du ministère du Patrimoine canadien, février 2001.

27 L'ensemble de l'industrie comprend les productions indépendantes, les productions des diffuseurs et de leurs compagnies affiliées, ainsi que les productions étrangères.

28 Selon les données du Bureau du cinéma et de la télévision de Montréal, il n'y a pas eu de dépenses de productions américaines en 1992, celles-ci ayant débuté en 1993 et connue depuis une croissance constante, passant de 22,5 millions de dollars cette année-là à 280 millions en 2000.

4.8 LE SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISES

En plus des différents programmes d'aide à la production, il existe également différents programmes de financement d'entreprises. On y retrouve principalement les programmes de financement des entreprises de la SODEC, de la FIDEC et du FICC, ainsi que ceux de la Caisse de dépôt et placement (Capital Communication), d'Investissement Desjardins et de la Banque de développement du Canada.

Certains de ces outils sont accessibles, d'autres le sont moins en raison de leurs objectifs très ciblés.

4.8.1 LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES (SODEC)

La SODEC offre un programme de financement des entreprises qui prend différentes formes : prêt à terme, crédit renouvelable, garantie de prêt (marge de crédit ou prêt). Ce dernier volet est plutôt exceptionnel, la SODEC privilégiant alors le recours à d'autres programmes administrés par la Financière des entreprises culturelles (FIDEC) et le Fonds d'investissement de la culture et des communications (FICC).

Les objectifs poursuivis par la SODEC à travers ce programme sont les suivants :

- Encourager la production audiovisuelle indépendante en participant au financement d'entreprises de production et de services techniques déjà existants;
- Participer à la création dans les régions insuffisamment desservies et à la rénovation de salles de cinéma à propriété indépendante;
- Soutenir les distributeurs pour l'exportation de produits audiovisuels à l'extérieur du Québec en favorisant notamment l'établissement de liens d'affaires avec des partenaires étrangers.

Les programmes de prêt à terme, de crédit renouvelable et de garantie de prêt sont relativement accessibles à des coûts raisonnables. Ainsi, toute entreprise de production légalement constituée, en exploitation depuis au moins un an ou œuvrant dans de nouveaux créneaux sans concurrence, dont le contrôle effectif est détenu en majorité par des personnes domiciliées au Québec, est admissible si elle répond à certains critères précis d'ordre financier, industriel et institutionnel. Ces outils peuvent être utilisés dans le cadre du financement des opérations conventionnelles de l'entreprise, du développement d'une entreprise ou encore de son redressement. Ils peuvent notamment prendre la forme de pont financier escomptant des licences de diffusion, de fonds de roulement purement et simplement ou encore d'acquisitions d'immobilisations. Il existe également un volet de prime au rendement.

Les conditions afférentes à l'utilisation de ces programmes varient en fonction du type d'interventions et des risques qui y sont associés. Dans tous les cas, une caution corporative équivalant à 100 % du montant de l'intervention ainsi qu'une caution personnelle de 25 % de ce montant seront en principe exigées. La caution personnelle pourra être plus ou moins importante selon les risques en cause. Les coûts de ces interventions pour les entreprises sont relativement peu élevés et compétitifs si l'on fait la comparaison avec d'autres programmes du même type.

Le rapport d'activité de 1999-2000 de la SODEC indique que le montant total de ses interventions à ce chapitre fut de 11,1 millions de dollars, soit près de la moitié des sommes dont elle dispose pour le financement de la production cinématographique et télévisuelle.

4.8.2 LA FINANCIÈRE DES ENTREPRISES CULTURELLES (FIDEC)

La FIDEC est une société en commandite dotée d'un capital de 45,4 millions de dollars qui offre quatre outils de financement aux entreprises ayant un certain rayonnement sur les marchés internationaux et désirant poursuivre leur progression en ce sens. Ces outils visent essentiellement les projets à forte capacité d'exportation. Ils prennent la forme de crédit par anticipation, d'investissement par projet, d'acquisition de droits et d'investissement par équité, quasi-équité ou dette.

La FIDEC est issue d'une initiative publique/privée : ses partenaires sont la SODEC, le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec (FTQ), la Banque Nationale du Canada, le groupe TVA, Investissements Daniel Langlois, DKD!Spectacle, Corporation Remstar et la compagnie France Film. Ses interventions ne sont pas limitées au domaine de la production cinématographique et télévisuelle; elles touchent également les spectacles à grand déploiement ainsi que le développement de la carrière d'artistes.

Elle se donne pour mission :

- d'aider les producteurs et les distributeurs québécois à réaliser des projets d'envergure, à intégrer dans leurs produits les nouvelles technologies et à soutenir un rythme de production propice à l'exploitation sur les marchés internationaux;
- d'exploiter le potentiel créatif québécois sur les marchés internationaux et de créer un maillage entre les différentes entreprises présentes sur ces marchés.

La hauteur des interventions de la FIDEC varie en fonction des outils de financement, allant d'un maximum de 40 % d'une structure financière, jusqu'à concurrence de 5 millions de dollars pour le crédit d'anticipation, à un maximum de 10 % du capital engagé par elle pour une même société, jusqu'à concurrence de 2 millions de dollars par projet pour les volets d'acquisition de droits ou d'investissement par projet.

Ces programmes de crédit par anticipation et d'investissement par projet sont ouverts non seulement aux entreprises québécoises, mais aussi aux entreprises étrangères ayant des alliances stratégiques avec une entreprise québécoise ou ayant une place d'affaires stable au Québec.

En 1999-2000, les interventions de la FIDEC dans le domaine de la production cinématographique et télévisuelle totalisaient 23,4 millions de dollars, dont 21,6 millions sous forme de crédit d'anticipation.

4.8.3 LE FONDS D'INVESTISSEMENT DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (FICC)

Créé en 1997 à la suite d'une initiative de l'Union des artistes à laquelle se sont joints le gouvernement du Québec, la SODEC et le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec, le FICC est une société de capital de risque dans les domaines de la télévision, du cinéma, de la musique, du livre et des nouvelles technologies. Son capital de départ totalisait 15 millions de dollars. Son intervention prend plusieurs formes :

- participation au capital-actions d'entreprises québécoises (actions ordinaires ou privilégiées);
- débenture (prêt non garanti);
- investissement dans le projet à la demande de la FIDEC;
- prêt, garantie de prêt lorsqu'elle intervient déjà en capital-actions.

Le FICC distingue deux types de clientèle : celle dont les besoins financiers initiaux représentent moins de 250 000 $, et celle ayant des besoins financiers supérieurs à cette somme. Les produits financiers offerts peuvent varier selon qu'une entreprise se retrouve dans la première ou la deuxième catégorie. Sa participation au capital-actions d'une entreprise est généralement inférieure à 49 % et comprend une formule de rachat de cette participation par l'entreprise dans une période allant de cinq à sept ans. Elle implique aussi un siège au conseil d'administration ou au comité de gestion à titre d'actionnaire.

Le FICC s'est également donné pour mission d'inciter des partenaires du secteur privé à investir conjointement avec lui dans l'entreprise culturelle choisie. Ainsi, il favorise la participation de tels partenaires dans tous ses investissements et l'exige même lorsque son propre investissement est supérieur à 2 millions de dollars.

4.8.4 LES AUTRES PROGRAMMES DE FINANCEMENT D'ENTREPRISE

4.8.4.1 CDP Capital Communications

Parmi les autres outils de financement d'entreprise importants accessibles aux entreprises de production cinématographique et télévisuelle, on retrouve le programme CDP Capital Communications de la Caisse de dépôt et placement du Québec.

CDP Capital Communication investit afin de favoriser l'émergence et la croissance d'entreprises d'envergure internationale. Ces entreprises doivent présenter une croissance marquée et une bonne stratégie de développement : potentiel de rendement intéressant, projets d'expansion ambitieux, etc.

En 1999, CDP Capital Communications possédait un actif sous gestion de près de 4 milliards de dollars, domaine des communications, médias et divertissement confondus. Parmi les entreprises qui bénéficiaient de ces investissements, on retrouvait au 31 décembre 1999 quatre entreprises de production cinématographique et télévisuelle, dont le Groupe Cinémaginaire et Les Productions Pascal Blais, et cinq entreprises de services techniques de production ou de post-production. À noter que CDP ne restreint pas ses investissements à des entreprises québécoises.

4.8.4.2 Investissement Desjardins

Société de capital de développement du Mouvement des caisses Desjardins, Investissement Desjardins offre à une clientèle d'entreprises en croissance œuvrant dans des secteurs clés de l'économie, dont la production cinématographique et télévisuelle, des investissements allant de 50 000 $ à 10 000 000 $. Sa clientèle cible se compose des petites et moyennes entreprises québécoises qui ont besoin d'appui pour accélérer leur croissance. Ses investissements prennent généralement la forme d'actions et de débentures pour des participations minoritaires dans les entreprises.

Quoique ses secteurs cibles comprennent un volet communication, Investissement Desjardins ne semble pas très présente dans le domaine de la production cinématographique et télévisuelle du Québec. On le retrouve chez Groupe Pixcom, une entreprise de production audiovisuelle et de développement de sites Internet et de cédéroms, chez Lions Gate Entertainment Corporation, une entreprise de production et de distribution de longs métrages et de produits d'animation, ainsi que chez Inpix Média, une entreprise de contenu média sur Internet et de télévision interactive.

4.8.4.3 La Banque de développement du Canada – Fonds de développement des industries culturelles

Le Fonds de développement des industries culturelles de la Banque de développement du Canada semble être le seul programme de financement des entreprises du gouvernement fédéral accessible aux entreprises de production cinématographique et télévisuelle. Ce programme offre des prêts pour combler des besoins concernant le fonds de roulement, les dépenses en immobilisation, le changement de propriétaires ou le démarrage d'entreprise. Ces prêts peuvent atteindre un maximum de 250 000 $ par année, jusqu'à concurrence de 1 000 000 $ au total. Les termes varient et vont jusqu'à sept ans. Leurs coûts toutefois élevés, soit le taux préférentiel plus 3 %, en font un outil de financement peu compétitif.

5 LA DISTRIBUTION, L'EXPLOITATION, LA DIFFUSION ET L'EXPORTATION

5.1 LA DISTRIBUTION

5.1.1 RAPPEL DE L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE ET DES ENJEUX

La réappropriation du secteur de la distribution a été un des enjeux clés de l'adoption de la *Loi sur le cinéma*. La *Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel* considérait, en effet, que la réappropriation du contrôle sur la distribution par des entreprises québécoises devait être un des objectifs prioritaires poursuivis par la *Loi sur le cinéma*.

Elle soutenait que le cinéma québécois ne saurait se développer sainement s'il ne pouvait compter sur un secteur de distribution national fort, en mesure de contribuer au financement des longs métrages québécois, de leur assurer des conditions de lancement et un accès aux salles qui soient de nature à favoriser leur succès et de leur faire bénéficier, dès l'étape du développement, de sa connaissance des marchés et des attentes du public.

Elle considérait également qu'un secteur national de distribution fort favoriserait le respect des différences linguistiques et culturelles propres au marché québécois, dont le maintien d'une plus grande diversité en matière d'origine et de sources d'approvisionnement de films étrangers.

Il faut rappeler par ailleurs que les travaux de la Commission se situent dans le contexte du début des années 80. Les éléments qui caractérisent ce contexte étaient alors les suivants :

- en dehors des grands studios hollywoodiens, la distribution cinématographique au Canada s'exerçait encore largement sur des bases régionales et linguistiques, plutôt que pancanadiennes. Plusieurs entreprises québécoises exerçaient leur activité de distribution en salles essentiellement au Québec (et dans les marchés francophones limitrophes);

- cette situation était favorisée par le fait que les différences d'habitudes de consommation cinématographique entre le Québec et le reste du Canada étaient plus marquées. Comme on le verra plus loin (voir 6.1.5), entre 1975 et 1979, plus de la moitié des longs métrages exploités en salles au Québec étaient d'origines autres que nord-américaine. Cela représentait près de 300 films par année qui constituaient, avec les films québécois, la source d'approvisionnement et d'activité principale des entreprises de distribution québécoises;

- or, au début des années 1980, les grands studios américains se constituaient des *Classic Division* chargées d'acquérir et de distribuer sur le marché nord-américain les meilleurs films du cinéma international; les grands studios américains exigeaient aussi parfois d'obtenir les droits de distribution au Québec et au Canada sur les films québécois et canadiens de langue anglaise les plus commerciaux et lucratifs, comme condition préalable pour assumer leur distribution aux États-Unis. Cette situation menaça concrètement la survie des distributeurs québécois qui risquaient de perdre leur approvisionnement en films européens et d'ailleurs dans le monde (du moins les plus lucratifs), aussi bien qu'en films québécois et canadiens de langue anglaise;

- de plus, le marché de la vidéo domestique en était encore à ses débuts et ni la télévision payante ni la télévision spécialisée n'avaient fait leur apparition. Les salles (commerciales et de répertoire), le marché institutionnel et la télévision conventionnelle étaient donc les seules sources de recettes pour les entreprises de distribution québécoises. D'ailleurs, la production télévisuelle indépendante était peu développée et la distribution d'émissions de télévision destinées à l'exportation en était encore à ses balbutiements.

Les choses ont changé. Vingt ans plus tard, on constate, en effet, que :

- la très grande majorité des entreprises québécoises de distribution d'envergure opèrent sur une base et à une échelle pancanadienne; plusieurs d'entre elles sont affiliées à des entreprises canadiennes plus grandes basées hors-Québec (Alliance Atlantis, Lions Gate...) ou agissent comme sous-distributeurs au Québec pour des entreprises canadiennes;

- les films d'origines autres que nord-américaine ne représentent plus, entre 1995 et 1999, que le tiers des longs métrages exploités annuellement en salles au Québec, soit à peine plus de 100 films par année (comparativement à près de 300 films par année entre 1975 et 1979). Un des enjeux clés pour les entreprises sous contrôle québécois et canadien, en matière d'approvisionnement, est devenu l'accès aux films américains indépendants ou non-propriétaires;

- en matière de sources de recettes pour les entreprises de distribution québécoises, le marché de la vidéo domestique a largement supplanté celui des salles commerciales. Il génère des revenus de distribution plus de cinq fois supérieurs à ceux des salles de cinéma. Les distributeurs peuvent aussi compter sur des recettes significatives en provenance de la télévision à la carte, de la télévision payante et de la télévision spécialisée, en plus de celles qui continuent de provenir de la télévision conventionnelle. Par ailleurs, plusieurs ont développé un volet important de distribution de productions télévisuelles (séries dramatiques et d'animation, téléfilms, documentaires, etc.) destinées à l'exportation;

- enfin, la question de l'accès des entreprises sous contrôle québécois ou canadien aux longs métrages québécois et canadiens est, à toutes fins utiles, réglée, puisque pour accéder à des aides financières ou fiscales publiques, ces longs métrages doivent être distribués au Québec et au Canada par des entreprises sous contrôle québécois ou canadien.

5.1.2 LE PORTRAIT ÉVOLUTIF SOMMAIRE DE L'INDUSTRIE DE LA DISTRIBUTION

Nous élaborons ici un portrait sommaire de l'évolution de l'industrie de la distribution au Québec, en tenant compte principalement du partage du marché entre entreprises dont le principal établissement est situé au Québec (titulaires d'un permis général) et entreprises membres de la Motion Picture Export Association of America (MPA) (titulaires d'un permis spécial). Nous tenterons aussi de suivre l'évolution de cette répartition depuis 1983.

Il est difficile de comparer la situation de 1980 avec celle de 2000, que ce soit en matière de nombre et de taille des entreprises, de recettes de distribution ou de parts de marché, puisque les activités mêmes de distribution se sont modifiées et diversifiées et que le contexte dans lequel elles s'exercent a été profondément altéré entre-temps.

Par ailleurs, ces situations sont difficiles à comparer point par point car les études ponctuelles dont nous pouvions disposer avant le début de la publication de *Statistiques sur l'industrie du film* adoptent des terminologies et méthodologies différentes. Ces réserves faites, nous fournissons néanmoins des données évolutives basées sur trois sources principales :

- l'étude de BIRO inc. et CROP inc., réalisée pour le compte de l'Institut québécois du cinéma (version Loi de 1976), datée de juin 1981 et intitulée *L'industrie privée cinématographique au Québec 1978-1979* (ci-après désignée l'Étude CROP/BIRO);

- l'étude de Samson Bélair, réalisée pour le compte de l'Institut québécois du cinéma (version Loi de 1983), datée de juillet 1989 et intitulée *Portrait économique du cinéma et de la production télévisuelle indépendante au Québec* (ci-après désignée l'Étude Samson Bélair);

- les éditions 1993 à 2000 de *Statistiques sur l'industrie du film*, accompagnées de leurs annexes statistiques.

5.1.2.1 Nombre d'entreprises et champs d'activités

En 1978-1979, 38 entreprises de distribution opérant au Québec ont répondu et fourni des données chiffrées dans le cadre de l'Étude CROP/BIRO, dont 29 de propriété québécoise (parmi lesquelles 12 étaient membres de l'Association des distributeurs de films du Québec), deux de propriété canadienne hors-Québec et sept de propriété étrangère.

L'activité et la source de revenus principaux de ces entreprises répondantes avec chiffres étaient la distribution de longs métrages cinématographiques en salles, qui générait 76 % des revenus totaux de distribution de ces 38 entreprises.

Selon l'Étude Samson Bélair, le nombre d'entreprises de distribution ayant leur siège social au Québec est passé de 33 en moyenne entre 1980 et 1984, à 52 en 1985 puis à 59 en 1986. Cette croissance est imputable au développement de nouveaux champs d'activité.

Les données sur les recettes de distribution des entreprises ayant leur siège social au Québec sont fournies dans l'Étude Samson Bélair et présentées au tableau 5/1. Elles permettent d'identifier ces nouveaux champs d'activité et de mesurer leur évolution.

Tableau 5/1
Revenus bruts de distribution des entreprises québécoises
par secteur d'activité
(1980-82/1983-85)

Marchés	Cumulatif 1980-82		Cumulatif 1983-85	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)
Cinéma	30,4	**62,4**	24,1	**28,1**
Vidéo	1,0	**2,0**	33,8	**39,3**
Télévision	8,5	**17,5**	10,2	**11,9**
TV payante	-	**-**	9,9	**11,5**
Non-comm.	8,8	**18,1**	7,9	**9,2**
Total	48,7	**100**	85,9	**100**

Source originale de données : *Statistique Canada*, compilées par Samson Bélair.

On voit que le portrait change assez rapidement. Les revenus de distribution en provenance du marché des salles passent de 62 % des revenus totaux entre 1980 et 1982 à 28 % seulement entre 1983 et 1985 et ceux en provenance du non commercial de 18 % à 9 %. Par contre, les revenus du marché de la vidéo passent de 2 % à 39 % des revenus totaux et ceux de la télévision (conventionnelle et payante), de 18 % à 23 %. On assiste donc en quelques années à un élargissement important des activités de distribution et à un recalibrage majeur de leur importance respective en matière de sources de revenus de distribution.

À partir des données publiées dans *Statistiques sur l'industrie du film*, on peut établir l'évolution du nombre d'entreprises québécoises de distribution (i.e. titulaires d'un permis général) de 1992 à 1999, comme suit :

Tableau 5/2
Nombre d'entreprises titulaires d'un permis général
par secteurs d'activité
(1992-95/1996-99)

Année	Salles seulement		Salles et Autres		Autres seulement		Total	
	(Nb)	(%)	(Nb)	(%)	(Nb)	(%)	(Nb)	(%)
1992	8	7,1	29	25,9	75	67,0	112	100
1993	6	4,4	31	22,8	99	72,8	136	100
1994	4	3,5	21	18,4	89	78,1	114	100
1995	10	6,5	27	17,5	117	76,0	154	100
Moyenne	**7**		**27**		**95**		**129**	
1996	15	8,8	29	17,1	126	74,1	170	100
1997	12	6,8	29	16,3	136	76,8	177	100
1998	10	6,9	18	12,5	116	80,6	144	100
1999	10	6,7	22	14,7	118	78,7	150	100
Moyenne	**12**		**25**		**124**		**160**	

Source : *Statistiques sur d'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.
Note : Les entreprises œuvrant exclusivement sur le marché des ventes à la télévision ne sont pas recensées et les revenus en provenance de la télévision des entreprises recensées ne sont pas pris en compte dans les données publiées par *Statistiques sur l'industrie du film*.

L'augmentation du nombre total d'entreprises se poursuit, passant de 129 en moyenne entre 1991 et 1995 à 160 en moyenne entre 1996 et 1999. Mais ce sont surtout les distributeurs qui n'œuvrent pas sur le marché des salles qui voient leur nombre augmenter, passant de 95 à 124; en 1999, ils représentent près de 80 % de toutes les entreprises titulaires d'un permis général. Ceux qui œuvrent en salles n'ont pas vu leur nombre progresser de façon significative : il passe de 34 à 37 en moyenne entre les deux parties de la période de référence.

Il est, bien sûr, difficile de prendre les 32 entreprises de 1980 comme base de référence et de les comparer aux 150 entreprises de 1999 pour mesurer l'évolution du nombre d'entreprises de distribution québécoises. En 1980, la très grande majorité des 32 entreprises œuvraient sur le marché des salles, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. De plus, les activités de distribution dont vivent l'immense majorité des entreprises en 1999 n'existaient même pas en 1980.

Tableau 5/3
Revenus bruts de distribution des entreprises titulaires d'un permis général par secteurs d'activité (1992-1995/1996-1999)

Années	Salles		Vidéo		Autres		Total	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
1992-1995	54,3	7,8	562,0	80,4	82,4	11,8	698,9	100
1996-1999	107,3	11,9	724,5	80,4	69,0	7,7	900,8	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

Note : « Autres » désigne surtout les marchés institutionnels et non commerciaux. Les revenus en provenance de la télévision ne sont pas pris en compte dans les données publiées par *Statistiques sur l'industrie du film*.

En effet, comme l'indique le tableau 5/3, aujourd'hui plus de 80 % des revenus bruts des entreprises de distribution québécoises (en excluant les revenus en provenance de la télévision) proviennent du marché de la vidéo qui n'existait pas en 1980; et seulement 12 % proviennent de celui des salles qui, entre 1980 et 1982, représentait plus de 60 % des recettes totales de distribution des entreprises québécoises (en incluant les recettes en provenance de la télévision).

5.1.2.2 Parts des revenus de distribution imparties aux titulaires de permis général et de permis spécial

Les revenus que les distributeurs déclarent à la Régie du cinéma ne comprennent généralement pas toutes les recettes tirées de la vente des films (ou d'émissions) à la télévision, qui ne sont donc pas prises en compte dans *Statistiques sur l'industrie du film*. Cela étant admis, les recettes des entreprises de distribution se sont partagées comme suit depuis 1992 entre titulaires de permis général et de permis spécial :

Tableau 5/4
Répartition des revenus bruts de distribution
entre titulaires de permis général et de permis spécial
(1992-1995/1996-1999)

Années	Permis général		Permis spécial		Total	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
1992	138,0	84,4	25,6	15,6	163,6	100
1993	171,1	84,4	31,7	15,6	202,8	100
1994	180,9	77,7	51,8	22,3	232,7	100
1995	208,9	83,2	42,3	16,8	251,2	100
Sous-total	***698,9***	***82,2***	***151,4***	***17,8***	***850,3***	***100***
1996	221,4	85,5	37,5	14,5	258,9	100
1997	242,1	76,9	72,7	23,1	314,8	100
1998	212,7	61,0	136,1	39,0	348,8	100
1999	224,6	61,2	142,3	38,8	366,9	100
Sous-total	***900,8***	***69,9***	***388,6***	***30,1***	***1 289,4***	***100***
Croissance	**29 %**		**157 %**		**52 %**	

Source : *Statistiques sur d'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

On note que, bien qu'elles soient en hausse, les recettes de distribution des entreprises québécoises titulaires d'un permis général représentent, dans la seconde moitié des années 90, une part sensiblement plus faible (70 %) des recettes de distribution totales réalisées au Québec qu'au cours de la première moitié (82 %).

Cette baisse de leur part de marché est imputable au fait, qu'à compter de 1997, les entreprises étrangères titulaires de permis spéciaux ont modifié leurs pratiques commerciales. Avant cette date, les détenteurs de permis spéciaux font faire la « sous-distribution » de leurs films par des Québécois qui approvisionnent à la fois les détaillants qui vendent les films et ceux qui en tirent des revenus de location. Après cette date et de façon progressive, les détenteurs de permis spéciaux reprennent tous les comptes des sous-distributeurs auprès des grosses chaînes de détaillants qui vendent les films dans des grandes surfaces (Costco, Zellers, Wal-Mart) à travers le Canada et dont les achats sont bien souvent centralisés à Toronto. Le volume d'achat de ces entreprises est grand et les frais de manutention réduits au minimum. Ces profits plus faciles s'en vont à Toronto où les grandes chaînes se réapproprient leurs produits. Les Québécois gardent les clients disséminés partout à travers le Québec. Or, ce marché représente des volumes de commandes plus bas et des dépenses d'opération plus élevées.

Si, entre la première et la seconde moitié de la décennie 1990, les revenus totaux de distribution ont augmenté de 52 %, ceux des entreprises québécoises ont augmenté de 29 % seulement, comparativement à 157 % pour les titulaires de permis spéciaux.

Tableau 5/5
Revenus bruts de distribution
des titulaires de permis général et de permis spécial
par marché
(1992-95/1996-99)

Années	Permis général				Permis spécial			
	Salles	Vidéo	Autres	Total	Salles	Vidéo	Autres	Total
1992	7,6	107,6	22,7	138	25,6	-	-	25,6
1993	15,9	133,8	21,3	171,1	31,7	-	-	31,7
1994	13,3	147,0	20,6	180,9	51,8	-	-	51,8
1995	17,5	173,6	17,8	208,9	42,3	-	-	42,3
Sous-total	***54,3***	***562,0***	***82,4***	***698,9***	***151,4***	-	-	***151,4***
1996	20,2	185,2	16,0	221,4	37,5	-	-	37,5
1997	23,4	194,0	24,7	242,1	41,3	31,4	-	72,7
1998	28,4	170,4	13,9	212,7	44,0	92,1	-	136,1
1999	35,3	174,9	14,4	224,6	54,4	87,9	-	142,3
Sous-total	***107,3***	***724,5***	***69,0***	***900,8***	***177,2***	***211,4***	-	***388,6***
Croissance	**98 %**	**29 %**	**16 %**	**29 %**	**17 %**	-		**157 %**

Source : *Statistiques sur d'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

Comme l'indique le tableau 5/5, cette hausse de 29 % au total se traduit comme suit, marché par marché : hausse de 98 % des revenus en provenance des salles de cinéma; hausse de 29 % des revenus en provenance du marché de la vidéo; et baisse de 16 % des revenus en provenance des autres marchés.

La hausse importante (98 %) des revenus de distribution des entreprises québécoises en provenance du marché des salles, beaucoup plus forte que celle qu'ont connu les titulaires de permis spécial (17 %), a permis aux entreprises québécoises de gagner du terrain sur ce marché. Entre 1996 et 1999, elles ont accaparé près de 38 % des recettes totales de distribution en provenance de ce marché, comparativement à 26 % entre 1992 et 1995.

Cette croissance importante, en termes absolus comme en matière de parts de marché, des revenus des entreprises québécoises en provenance du marché des salles de cinéma, s'explique par la performance exceptionnelle en ce qui a trait aux recettes-guichets réalisées par certains films québécois, canadiens et étrangers distribués par ces entreprises, au cours de la seconde moitié des années 1990.

5.1.2.3 Part de la recette au guichet impartie aux titulaires de permis général et de permis spécial

Le tableau 5/6 indique comment s'est répartie la recette au guichet entre titulaires de permis général et spécial depuis 1992.

Tableau 5/6
Répartition de la recette au guichet
entre titulaires de permis général et de permis spécial
(1992-95/1996-99)

Années	Permis général		Permis spécial		Total *	
	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
1992	24,3	31,4	52,1	67,4	77,4	100
1993	36,1	40,5	51,4	57,7	89,0	100
1994	37,7	39,3	56,5	58,9	95,9	100
1995	42,9	45,6	51,3	54,4	94,2	100
Total	***141,0***	***39,6***	***211,3***	***59,3***	***356,5***	***100***
1996	36,9	36,0	65,4	64,0	102,3	100
1997	43,7	37,1	74,1	62,9	117,8	100
1998	45,0	33,4	89,6	66,6	134,6	100
1999	43,3	29,7	102,8	70,3	146,1	100
Total	***168,9***	***33,7***	***331,9***	***66,3***	***500,8***	***100***
Croissance	**19,8 %**		**57,1 %**		**40,5 %**	

Source : *Statistiques sur d'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

* Au cours des premières années,le total comprend des films non attribués à l'une ou l'autre des catégories de permis, il est donc légèrement plus élevé que la somme des deux catégories de permis.

On note qu'il n'y a pas de corrélation entre les taux de croissance des *revenus bruts de distribution* en provenance des salles qui ont été réalisés par les titulaires de permis général et de permis spécial, exposés au tableau 5/5, et le taux de croissance de la *recette au guichet totale* réalisée par les films distribués par chacune de ces catégories de titulaires.

Au total, les données concordent dans l'ensemble : la hausse de la recette au guichet entre 1992-1995 et 1996-1999 a été de 41 % et la hausse des revenus de distribution en provenance des salles, de 38 %. En revanche, alors que la hausse de la recette au guichet des films distribués par les titulaires de permis général a été de 20 %, la hausse de leurs revenus de distribution en provenance de ce marché a été de 98 %; inversement, alors que la hausse de la recette au guichet des films distribués par les titulaires de permis spécial a été de 57 %, la hausse de leurs revenus de distribution en provenance de ce marché a été de 17 % seulement.

Cela s'explique sans doute par la nature des ententes de répartition de la recette au guichet entre distributeurs et exploitants. En vertu de ces ententes, plus un film a du succès, plus grande sera la part de la recette au guichet qui sera impartie au distributeur. Aussi, un distributeur qui réalise deux millions de dollars de recette au guichet avec un film seulement encaissera une part beaucoup plus grande de ces deux millions de dollars à titre de revenus bruts de distribution qu'un autre qui réalise les mêmes deux millions de dollars en recettes au guichet cumulatives découlant de la distribution de 10 films. Selon la performance du film, la part du distributeur peut en fait varier du simple au double (de 35 % à 70 %), ce qui représente un écart considérable.

On peut donc présumer que, si les revenus de distribution des titulaires de permis général en provenance du marché des salles de cinéma ont crû beaucoup plus rapidement que la recette au guichet totale réalisée par les films qu'ils ont distribués, c'est que la proportion des films qu'ils ont distribués et qui ont connu, individuellement, des succès commerciaux d'une ampleur exceptionnelle entre 1996 et 1999, a été beaucoup plus forte qu'au cours des années précédentes. Cette hypothèse est d'ailleurs confirmée, dans le cas des films québécois, par le fait qu'entre 1996 et 1999, quatre films québécois ont réalisé des recettes au guichet supérieures à deux millions de dollars, contre aucun entre 1992 et 1995. Ces quatre films sont : *Les Boys* (6,1 millions de dollars), *Les Boys 2* (5,4 millions de dollars), *Elvis Gratton II* (3,3 millions de dollars), *C'ta ton tour Laura Cadieux* (2,2 millions de dollars). Les titulaires de permis général ont aussi distribué plusieurs films étrangers connaissant un grand succès et des recettes au guichet individuelles supérieures à deux millions de dollars au Québec: *Good Will Hunting*, *Seven*, *The English Patient*, *La Vie est belle*, *Shakespeare in Love*, *Austin Powers*, *Bean*, etc.

Il faut aussi prendre en compte la puissance de marché accrue de quelques-unes des entreprises titulaires de permis général qui, dans le cas d'Alliance, par exemple, n'a rien à envier aujourd'hui aux grands studios américains. En effet, en 1999 et en 2000, ce fut l'entreprise de distribution accaparant la plus grande part de la recette au guichet totale au Québec, devant tous les membres de la MPA.

5.1.3 LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS/LE MARCHÉ CANADIEN

Dans les deux chapitres qui précèdent, nous avons fourni des données sur la part du marché québécois de la distribution dévolue respectivement aux titulaires de permis général et de permis spécial. Dans le présent chapitre, nous tenterons de comparer la situation qui prévaut dans le marché québécois avec celle qui prévaut dans le marché canadien hors Québec, en ce qui a trait à la part de la recette au guichet impartie aux distributeurs nationaux versus les distributeurs étrangers.

Tableau 5/7
Part de la recette au guichet impartie
aux distributeurs selon l'origine du contrôle
Québec et Canada hors-Québec
1995/1999

Territoire:	QUÉBEC				CANADA HORS-QUÉBEC			
Contrôle:	Permis général		Permis spécial		Canadien		Étranger	
Années	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)	(%)
1995	42,9	45,6	51,3	54,4	42,9	11,5	328,9	88,5
1996	36,9	36,0	65,4	64,0	63,2	16,2	327,6	83,8
1997	43,7	37,1	74,1	62,9	60,7	11,9	447,5	88,1
1998	45,0	33,4	89,6	66,6	nd	nd	nd	nd
1999	43,3	29,7	102,8	70,3	67,2	13,1	445,7	86,9
Moyenne		**35,6**		**64,4**		**13,1**		**86,9**

Sources : Pour le Québec, *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000 ; pour le Canada hors-Québec, Alex Films.

Comme l'indique le tableau 5/7, les distributeurs nationaux occupent une part du marché en salles beaucoup plus substantielle au Québec (36 %) qu'ailleurs au Canada (13 %), et ce, en raison des caractéristiques linguistiques et culturelles du marché québécois et, notamment, du succès plus grand qu'y connaissent les films nationaux. Pour l'ensemble du Canada, leur part de marché se situe aux environs de 17 %.

Notons cependant que cela est aussi attribuable en grande partie à la puissance de marché de deux entreprises titulaires de permis général qui œuvrent sur une base pancanadienne, mais qui ne sont pas de propriété québécoise : Alliance Atlantis (Odeon) et Lions Gate. Elles ont accaparé à elles seules 104,0 millions de dollars des 110,5 millions de dollars de recettes au guichet réalisées au Canada par des entreprises sous contrôle canadien en 1999, soit 94 % du total.

Tableau 5/8
Parts de marché (recette au guichet)
des entreprises de distribution sous contrôle canadien
sur le marché canadien en 1999

Entreprises	Nouveaux titres distribués			Recette au guichet		
	(Nb)	% du total cnd	% du total cnd et etr	(M$)	% du total cnd	% du total cnd et etr
Alliance Atlantis (Odeon)	91	40,6	23,8	89,5	81,0	13,6
Lions Gate	33	14,7	8,6	14,2	12,9	2,0
Autres *	100	44,6	26,1	6,8	6,1	1,2
Total contrôle cnd	***224***	***100***	***58,6***	***110,5***	***100***	***16,8***
Contrôle etr	158	-	41,4	548,5	-	83,2
TOTAL	**382**	-	**100**	**659,0**	-	**100**

Source : Alex Films inc.

* Autres : Aska, Blackwatch, Cinéma Libre, Domino, Du Parc, Equinox/France Film, Film Tonic, Films Seville (anciennement Behavior), Fun Film, K Films, La Fête, Mongrel, Motion/TVA International, Red Sky, Remstar. Notons que certaines de ces entreprises n'ont pas lancé de nouveaux films en 1999.

En matière de taille et de puissance de marché, il n'y a donc pas de commune mesure entre les deux grandes entreprises pancanadiennes et les autres entreprises titulaires de permis général. À titre d'exemple, la recette au guichet moyenne par film réalisée par les films d'Alliance Atlantis (Odeon) est de près de un million de dollars (91 titres ont généré 89,5 millions de dollars de recette au guichet), pour Lion's Gate, elle est d'environ 400 000 $ (33 titres ont généré 14,2 millions de dollars de recette au guichet); alors que pour les autres entreprises, plus petites, elle est de 68 000 $ seulement par titre. À titre de comparaison, la recette au guichet moyenne par film des distributeurs sous contrôle étranger est de 3,5 millions de dollars.

La croissance de la part de marché (recette au guichet) des titulaires de permis général est donc essentiellement le fait de quelques très grandes entreprises. L'écart de taille et de puissance de marché entre ces entreprises et les autres titulaires de permis général, et notamment les entreprises qui œuvrent essentiellement au Québec, est extrêmement considérable.

5.1.4 LES FACTEURS QUI ONT CONTRIBUÉ À LA CONSOLIDATION DES ENTREPRISES TITULAIRES DE PERMIS GÉNÉRAL

Les facteurs qui ont contribué à la consolidation des titulaires de permis général et à la forte concentration des activités et des recettes de distribution en salles au Québec et au Canada aux mains de quelques très grandes entreprises, sont multiples. Les principaux sont les suivants :

a) L'accès réservé aux films québécois et canadiens

Le premier de ces facteurs est l'accès garanti aux films québécois et canadiens qui est conféré aux distributeurs nationaux par les dispositions des différents programmes de soutien au financement des longs métrages et qui exigent presque tous comme conditions d'admissibilité que leur distribution au Québec ou au Canada soit assurée par une entreprise sous contrôle québécois ou canadien.

C'est un facteur non négligeable, particulièrement au Québec, si l'on considère qu'entre le 1er janvier 1997 et le 31 décembre 1999, les 10 films québécois les plus populaires ont réalisé une recette au guichet cumulative de 20,3 millions de dollars, ce qui a représenté 15 % de la recette au guichet totale encaissée par les titulaires de permis général au cours de ces trois années.

b) L'Entente Valenti-Bacon

Un autre facteur a été la signature en 1985 (et ses renouvellements successifs depuis) d'une entente entre le gouvernement du Québec et la MPA ayant pour effet de limiter la capacité des membres de cette association de distribuer au Québec des films de langues originales autres que l'anglais, ainsi que certains films de langue originale anglaise.

Au moment où les négociations devant conduire à cette entente ont été entreprises, le volet qui visait à limiter la capacité des membres de la MPA de distribuer au Québec des films de langues originales autres que l'anglais revêtait une importance stratégique évidente.

Cette importance a décru depuis, dans la mesure où les films étrangers et notamment européens de langues originales autres que l'anglais sont distribués en beaucoup moins grand nombre aujourd'hui (voir section 5.1.5) qu'au cours de la première moitié des années 80, et qu'ils connaissent aussi beaucoup moins de succès commercial. Mentionnons, à cet égard, qu'entre le 1er janvier 1991 et le 31 décembre 1999, seulement deux films étrangers de langues originales autres que l'anglais ont réussi à se classer dans les listes, publiées annuellement dans *Statistiques sur l'industrie du film*, des 50 films les plus populaires au Québec : *Indochine* (FR) et *La Vie est belle* (IT).

c) La politique d'Investissement Canada

L'adoption par Investissement Canada d'une politique qui impose des restrictions à l'acquisition des entreprises canadiennes de distribution par des intérêts étrangers a contribué à prémunir les entreprises titulaires de permis général, notamment les sociétés ouvertes cotées en bourse, contre une prise de contrôle, éventuellement non souhaitée, par des intérêts étrangers.

Cette politique, combinée aux dispositions de l'entente entre le gouvernement du Québec et la MPA, a aussi eu pour effet de dissuader de nouveaux distributeurs étrangers (américains ou européens, non-membres de la MPA) de venir s'implanter au Canada ou, le cas échéant (Polygram), de limiter leurs activités de distribution au Canada aux seuls films dont ils sont propriétaires et de leur imposer, au Québec, le recours à un sous-distributeur titulaire d'un permis général.

Notons toutefois que la concentration qui se dessine dans l'industrie à l'échelle mondiale (acquisition des mini-majors par les grands studios américains, fusions type Universal/Seagram(Polygram)/Vivendi ou Time/Warner/AOL) et l'intégration verticale qui en résulte, pourraient atténuer dans l'avenir les incidences tant des politiques d'Investissement Canada que de l'Entente Valenti-Bacon.

d) La création du FADLM de Téléfilm Canada

Un des facteurs qui ont contribué à la croissance de la taille et du pouvoir de marché des entreprises canadiennes de distribution, et notamment des entreprises titulaires de permis général, a été la création en 1989 du *Fonds d'aide à la distribution de longs métrages* (FADLM), administré par Téléfilm Canada.

De 1989-1990 à 1999-2000, ce fonds a avancé environ 157 millions de dollars à des entreprises de distribution canadiennes pour l'acquisition et la mise en marché de films canadiens, ainsi que pour l'acquisition de films étrangers (premières années seulement).

L'accès au fonds principal étant réservé aux entreprises qui avaient distribué un volume minimal de titres (canadiens et totaux) au cours des années antérieures, il a contribué au mouvement de consolidation et de concentration dans l'industrie.

La disponibilité récurrente d'une marge de crédit annuelle pouvant atteindre les deux ou trois millions de dollars pour les quelques entreprises de grande taille, a renforcé leurs avantages concurrentiels vis-à-vis des distributeurs non admissibles au fonds principal, et leur a généralement permis de s'assurer de la distribution des films québécois et canadiens les plus prometteurs et lucratifs.

Elle a aussi favorisé l'acquisition des entreprises de taille petite ou moyenne par les plus grandes. Ainsi, par exemple, Astral Distribution et Allegro ont été acquises par Motion International, elle-même acquise ensuite par TVA International; Vivafilm a été acquise par Alliance qui a fusionné avec Atlantis et a ensuite absorbé Odeon Films; Cinepix s'est associée avec Famous Players pour devenir C/FP avant de devenir Films Lions Gate, etc. Et bon nombre des entreprises œuvrant sur une base exclusivement linguistique ou régionale ont disparu.

e) Les autres programmes de soutien

La SODEC administre une gamme de programmes d'aide à la diffusion du cinéma au Québec: aide à la diffusion du film québécois (secteur privé et secteur indépendant); aide à la diffusion du film québécois sur le marché de la vidéo; aide à la promotion des cinématographies étrangères peu diffusées et aide à la distribution de films de jeunes créateurs.

Tableau 5/9
Programmes d'aide à la promotion et à la diffusion du cinéma administrés par la SODEC
1995-1996 / 1999-2000

Programmes	1996-1997 000 $	1997-1998 000 $	1998-1999 000 $	1999-2000 000 $
Aide à la diffusion du cinéma québécois				
- secteur privé	227,5	222,9	359,7	530,4
- secteur indépendant	166,9	188,1	218,2	231,2
Aide à la diffusion du cinéma québécois sur le marché du vidéogramme	-	30,9	39,3	21,3
Aide à la promotion des cinématographies étrangères peu diffusées				
- publicité	52,9	66,7	68,7	85,3
- amélioration des salles parallèles		48,2	93,4	52,8
- aide à la circulation des films		8,7	5,6	25,6
Aide à la distribution (jeunes créateurs)	31,0	67,3	61,0	22,9
TOTAL:	**478,3**	**632,8**	**845,9**	**969,5**

Source : Rapports d'activités de la SODEC, 1996-1997 à 1999-2000.

Les aides à la diffusion accordées par la SODEC sont relativement modestes (en comparaison des déboursés du FADLM) mais en forte croissance; elles ont plus que doublé entre 1996-1997 et 1999-2000, passant de 480 000 à 970 000 $. Elles jouent un rôle complémentaire à celui du FADLM, qui est axé sur la consolidation des entreprises et vise surtout l'aide à l'acquisition et à la mise en marché commerciale des longs métrages canadiens et québécois. La SODEC intervient davantage en fonction d'objectifs culturels plus circonscrits : aide à la distribution de films indépendants, aide à la diffusion en salles parallèles et sur les marchés secondaires, aide à la publicité et au tirage de copies additionnelles pour favoriser l'exploitation en région des films de cinématographies étrangères peu diffusés, aide à la distribution d'œuvres (souvent courts et moyens métrages) de jeunes créateurs, etc.

L'ensemble des interventions législatives, politiques et d'aide financière que nous venons d'énumérer a contribué à favoriser la consolidation du secteur de la distribution sous contrôle canadien ou québécois. Certaines ont favorisé un fort niveau de concentration des activités de distribution aux mains de quelques participants.

Les producteurs québécois de longs métrages qui ne font pas partie de groupes intégrés production/distribution s'inquiètent toutefois de la réduction de l'éventail de choix de distributeurs et du rapport de force inégal qui s'est créé et amplifié au fil des ans entre une pléiade d'entreprises de production de taille modeste et quelques très grands distributeurs intégrés[29].

5.1.5 L'ACCÈS AUX CINÉMATOGRAPHIES ÉTRANGÈRES

Depuis 1973, l'Office des communications sociales/Médiafilm recense et compile des données sur les longs métrages exploités en salles de cinéma au Québec.

Le tableau 5/10 présente, à partir de ces données, l'évolution de la situation en ce qui a trait au nombre total de longs métrages exploités annuellement et à leur provenance. Pour alléger la présentation et atténuer les fluctuations annuelles, nous avons regroupé les données par tranche de cinq années (total cumulatif) depuis 1975. Ces données ne permettent pas de distinguer les films québécois et les films canadiens hors-Québec.

De ce tableau, on peut dégager les tendances suivantes :

- Nombre total de films

- En dépit d'un accroissement important de la fréquentation et du nombre d'écrans au cours de la décennie 1990 (voir 5.2 Exploitation), le nombre de longs métrages différents exploités en salles au Québec a fléchi de façon significative par rapport aux décennies antérieures, passant d'une moyenne de près de 530 films par année (1973-1979), à environ 440 (décennie 1980) puis à environ 330 (décennie 1990). Il y a donc eu une réduction sensible de la diversité comme il y a eu une disparition à peu près totale des salles de répertoire.

---

[29] Voir *La Production indépendante, une composante essentielle de la diversité culturelle. Troisième problématique : Développement, financement, production et mise en marché des longs métrages*, APFTQ, juin 2000, pages 43 à 45.

Tableau 5/10
Nombre et origine nationale des films exploités en salles de cinéma au Québec (1975-1979/1995-1999)

Années	Amérique du Nord			Europe (3 principales cinématographies)*				Autres	Total
	Québec/ Canada	États-Unis	*Sous-total*	FR	GB	IT	*Sous-total*	Reste du monde	
1975-1979									
Nbre	108	1 015	***1 123***	537	179	297	***1 013***	432	***2 568***
(%)	4,2	39,5	***43,7***	20,9	7,0	11,6	***39,4***	16,8	***100***
1980-1984									
Nbre	151	902	***1 053***	549	119	183	***851***	281	***2 185***
(%)	6,9	41,3	***48,2***	25,1	5,4	8,4	***38,9***	12,9	***100***
1985-1989									
Nbre	172	1 067	***1 239***	508	126	81	***715***	269	***2 223***
(%)	7,7	48,0	***55,7***	22,9	5,7	3,6	***32,2***	12,1	***100***
1990-1994									
Nbre	205	858	***1 063***	263	89	34	***386***	178	***1 627***
(%)	12,6	52,7	***65,3***	16,2	5,5	2,1	***23,7***	10,9	***100***
1995-1999									
Nbre	179	961	***1 140***	233	111	19	***363***	194	***1 697***
(%)	10,5	56,6	***67,2***	13,7	6,5	1,1	***21,4***	11,4	***100***

Source: Médiafilm.

* Du moment où ont été amorcées ces compilations annuelles (1973) jusqu'au milieu des années 1990; au cours de la période 1995-99, l'Allemagne (24 films) a supplanté l'Italie (19 films); elle est alors devenue le troisième plus important pays européen en ce qui a trait au nombre de longs métrages exploités en salles au Québec.

– Amérique du Nord

– Cette réduction globale de la diversité s'est traduite par une hausse du poids relatif des films d'origine nord-américaine (Québec, Canada, États-Unis), qui sont passés de 44 % à 67 % de l'ensemble des titres entre 1975-1979 et 1995-1999, bien qu'en termes absolus leur nombre soit demeuré relativement stable tout au long de cette période.

– Les films québécois et canadiens ont vu leur poids relatif passer de 4 % à 11 % du nombre total de titres différents au cours de cette période, en raison notamment des mesures financières et fiscales de soutien public qui leur ont été accordées.

– Les films américains ont connu une croissance constante de leur poids relatif, qui est passé de 40 % à 57 % de l'ensemble des longs métrages exploités en salles au Québec; un phénomène qui n'est évidemment pas particulier au Québec, mais qui est sans doute amplifié ici par la proximité géographique et l'habitude des grands studios hollywoodiens de considérer le Québec et le Canada comme partie intégrante de leur marché domestique : ce qui fait que tous les films américains qui bénéficient d'une distribution significative aux États-Unis sont aussi distribués au Canada et au Québec.

- À titre de comparaison, en France, entre 1995 et 1999, 762 films américains ont été exploités en salles (comparativement à 961 au Québec); ils représentaient environ 35 % du nombre total de films exploités (comparativement à 57 % au Québec).

- Le nombre total de films différents exploités en salles de cinéma en France s'établissait à 2 150 au total cumulatif de cette période (comparativement à 1 697 au Québec).

- Autrement dit, en France la diversité est plus grande : 450 films de plus qu'au Québec ont été exploités en salles au total cumulatif de cette période (1995-1999); la présence du cinéma américain est plus faible : environ 200 films américains de moins ont été exploités en salles.[30]

- Les films en provenance de l'extérieur de l'Amérique du Nord ont connu, pour leur part, une réduction de leur diversité plus grande encore que ce qu'indique les données générales (tous les films), leur poids relatif passant de 56 % à 33 % de l'ensemble des longs métrages exploités.

– Europe

- Le nombre de longs métrages en provenance des trois principales cinématographies européennes a chuté de 200 films par année en moyenne dans les années 70 et d'environ 75 films par année en moyenne au cours de la décennie 90.

- Les facteurs qui expliquent cette baisse très importante sont multiples et peuvent varier d'un pays à l'autre. Globalement, on note une baisse de popularité et d'exportabilité des films européens dans un contexte où le cinéma hollywoodien devient de plus en plus dominant à l'échelle planétaire.

En ce qui a trait à chacune des cinématographies nationales prises isolément, on note que :

C'est le **cinéma italien** qui connaît la baisse la plus vertigineuse de son poids relatif et du nombre de films exploités annuellement au Québec. Il passe de 60 films par année en moyenne dans la seconde moitié des années 70 à seulement quatre films par année dans la seconde moitié des années 90.

- De l'immédiat Après-guerre jusqu'au début des années 80, le cinéma italien connaît en effet une période d'effervescence créatrice et de rayonnement culturel intense. Les générations de grands cinéastes, reconnus et appréciés à l'échelle internationale, se succèdent sans discontinuité et se chevauchent : De Sica, Rosselini, Fellini, Visconti, Antonioni, Passolini, Olmi, Comencini, Bertolucci, Bellochio, Bolognini, Ferreri, Rosi, Scola, les frères Taviani... Mais à compter de 1980, cette effervescence s'atténue et on peut compter sur les doigts d'une seule main les nouveaux cinéastes italiens (tournant en Italie) qui réussissent à s'imposer sur la scène internationale (Roberto Benigni, Guiseppe Tornatore, Nanni Moretti...), même si la production annuelle de longs métrages demeure relativement élevée : 115 films par année, en moyenne, entre 1990 et 1994 et 88, entre 1995 et 1999[31].

---

30 Source : CNC Info, mai 2000, n° 276.

31 Source: CNC Info, bilans annuels de 1990 à 2000.

– Notons que des facteurs économiques ont participé à cette situation et que la baisse de popularité du cinéma italien en Italie et de son rayonnement international se sont conjuguées pour maintenir le budget moyen des longs métrages italiens très en deçà de celui des films français ou britanniques, d'où un effet d'entraînement et une baisse accrue de compétitivité (voir chapitre 5.1.3).

Le **cinéma britannique** réussit à maintenir dans une fourchette assez étroite (entre 5,4 % et 7,0 %) les fluctuations de son poids relatif tout au long de la période de référence, et connaît même une remontée au cours des cinq dernières années (111 films exploités en salles au Québec) par rapport aux cinq années antérieures (89).

– Cette remontée reflète la hausse de la production nationale, qui passe de 277 films entre 1990 et 1994 (55 films par année en moyenne) à 503 films entre 1995 et 1999 (plus de 100 films par année en moyenne)[32].

Le **cinéma français** connaît une situation relativement stable de 1975 à 1989 (plus de 100 films par année en moyenne sont exploités au Québec), mais perd du terrain depuis le début des années 90 : une cinquantaine de films par année seulement sont exploités au Québec.

– Ce phénomène ne peut s'expliquer uniquement par les fluctuations du volume de production annuelle de films d'initiative française[33], puisque celui-ci augmente dans la seconde moitié des années 90 (120 films par année en moyenne) par rapport à la première moitié (100 films par année en moyenne), alors que le nombre de films français distribués au Québec diminue.

– C'est donc davantage la sélectivité des distributeurs qui est en cause. Comme l'indique le tableau 5/11, les distributeurs en activité au Québec acquièrent les droits d'un pourcentage beaucoup plus restreint de la production annuelle française que par le passé.

---

[32] Ibid. Notons que l'instauration, à compter de 1996, d'un fonds de la Loterie nationale pour soutenir la production de longs métrages britanniques a grandement favorisé l'accroissement du volume de production et particulièrement du volume de production de films entièrement britanniques dans la seconde moitié des années 90.

[33] Par films d'initiative française, on entend les films entièrement français et les coproductions majoritaires françaises. Ce nombre est celui qui correspond le mieux aux films classés comme étant de nationalité française par Médiafilm.

Tableau 5/11
Films d'initiative française
Volume produit en France versus volume distribué au Québec

Années	Nombre de films d'initiative française produits en France	Nombre de films d'origine française distribués au Québec	Pourcentage films produits/distribués
1985-89	572	508	89 %
1990-94	517	263	51 %
1995-99	624	233	37 %

Sources : CNC Info et Médiafilm.

– Toujours est-il qu'au total cumulatif de 1995 à 1999, à peine 37 % des films français (d'initiative française) ont été distribués commercialement en salles au Québec, à peine 22 % des films britanniques et à peine 5 % des films italiens.

– Reste du monde

La montée à l'avant-scène, du moins dans les grands festivals internationaux, de cinémas nationaux qui étaient totalement ignorés ou inexistants dans les années 70 et 80, comme le cinéma chinois ou le cinéma iranien, un certain développement du cinéma africain et l'affirmation du cinéma allemand, irlandais, espagnol, néerlandais ou danois, pourraient donner l'impression que la baisse sensible du nombre de films en provenance des trois principaux pays européens a été compensée par un accroissement et une diversification des films en provenance du reste de l'Europe et du monde.

Les données statistiques infirment cependant cette perception, puisque le nombre de films étrangers en provenance de pays autres que les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne et l'Italie a été en diminution constante de 1975 à 1999, passant d'environ 85 films par année entre 1975 et 1979, à environ 55 films par année entre 1985 et 1989, puis à seulement 40 films par année entre 1995 et 1999.

En résumé, le menu cinématographique offert aux Québécois dans les salles commerciales de cinéma est aujourd'hui beaucoup plus restreint et sensiblement moins diversifié qu'il y a 20 ans, en dépit de la puissance accrue des entreprises québécoises de distribution, d'une croissance très importante du parc d'écrans et d'une hausse soutenue de la fréquentation cinématographique.

En matière d'origine nationale, ce menu est de plus en plus nord-américain, à plus des deux-tiers en fait, comparativement à moins de 50 % il y a 20 ans. Par ailleurs, toutes les cinématographies internationales d'envergure (autres qu'américaine) ont subi une baisse, d'une ampleur variée mais toujours significative, de leur présence sur les écrans du Québec.

De façon schématique, on peut dire que ce résultat est en bonne partie la conséquence d'une transformation radicale des stratégies de lancement. Des années 70 jusqu'au milieu des années 80, les stratégies de lancement dominantes pouvaient se résumer ainsi : *petite surface/longue durée*. C'est-à-dire qu'on exploitait les films sur un nombre limité d'écrans pendant une période relativement longue. Avec la multiplication des fenêtres en aval (vidéo, télévision payante, télévision à la carte...), on a progressivement inversé les paramètres pour accélérer la disponibilité des films sur ces autres fenêtres, et aujourd'hui, la stratégie dominante est : *grande surface/courte durée*.

Même si le nombre d'écrans a augmenté considérablement et si chaque film occupe de plus en plus d'écrans simultanément, le nombre de nouveaux titres qui peuvent être lancés annuellement se réduit. De plus, il devient de moins en moins rentable de distribuer des films qui ne sont pas en mesure de justifier un lancement d'envergure sur un grand nombre d'écrans. C'était le cas de beaucoup de films européens et internationaux (autres qu'américains), qui avaient beaucoup plus de chance dans un univers où les films étaient exploités sur une petite surface qu'aujourd'hui.

Ajoutons que les écrans disponibles pour accueillir ce type de films se raréfient.

Selon certains, l'évolution du parc de salles vers les mégaplexes (voir 5.2.3), qui sont de véritables centres intégrés de divertissement, ne modifie pas que le contenant ou que l'infrastructure d'exploitation, elle a aussi une incidence sur les contenus.

L'apparition des mégaplexes dans la seconde moitié des années 90 a été rendue possible par le succès grandissant du cinéma hollywoodien de divertissement qui tire la fréquentation vers le haut en Amérique du Nord comme ailleurs dans le monde. Ces mégaplexes favorisent en retour l'extension de la diffusion et du rayonnement de ce cinéma, au détriment généralement des films des cinématographies nationales (y compris le cinéma américain indépendant) qui n'épousent pas le modèle narratif et financier du cinéma hollywoodien.

Cette réduction de la diversité d'origine des longs métrages cinématographiques sur leur première fenêtre de diffusion, les salles de cinéma, se répercute évidemment sur toutes les fenêtres situées en aval: vidéo domestique, télévision payante et à la carte, télévision conventionnelle et spécialisée.

On peut soutenir également que cette réduction de la diversité des films exploités commercialement en salles de cinéma au Québec a pour effet de rendre encore plus précieuse et indispensable la contribution qu'apportent à cette diversité les nombreux festivals internationaux, nationaux et régionaux de cinéma qui se déroulent au Québec, ainsi que la Cinémathèque québécoise et les quelques salles spécialisées (ACPQ), parallèles et de répertoire encore existantes et dynamiques.

5.2 L'EXPLOITATION

5.2.1 L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION

Depuis 1975, la fréquentation cinématographique en salles au Québec a connu quatre grandes phases :

- une phase de relative stabilité entre 1975 et 1980 (18 millions de spectateurs en moyenne);
- une phase de décroissance entre 1980 et 1985, où elle passe de 18 à 13 millions de spectateurs;
- une nouvelle phase de relative stabilité entre 1986 et 1992 (entre 13 et 15 millions de spectateurs);
- une phase de croissance forte et continue qui lui a permis d'atteindre 26 millions de spectateurs en 2000.

La phase de décroissance du début des années 80 correspond à la phase de développement du marché de la vidéocassette, de l'apparition de la télévision payante et de l'accélération de l'abonnement à la télédistribution. Le cinéma en salles met un certain temps à réagir et à s'adapter à ces nouveaux concurrents. Il réussit toutefois à freiner la décroissance à compter de la seconde moitié des années 80, puis à reprendre du terrain dans les années 90, au point où le nombre de spectateurs en salles s'établit aujourd'hui à plus du double (26 millions) de ce qu'il était au plus creux de la vague (12,5 millions de spectateurs en 1985).

Tableau 5/12
Évolution de la fréquentation cinématographique au Québec
en millions de spectateurs (salles de cinéma)
(1979/2000)

1975	1979	1984	1989	1994	1997[34]	2000
18,4	18,5	13,1	15,5	17,4	22,2	26,1

Sources : *Le parc d'établissements et l'exploitation cinématographique au Québec, 1974-1985* et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

5.2.1.1 Par région

Les fluctuations de la fréquentation cinématographique sont vécues différemment dans les différentes régions. Cependant, les changements survenus parallèlement au découpage des régions administratives depuis 1975 ne nous permettent pas de présenter de données évolutives à long terme sur ce point.

[34] Tendance amplement observée de 1999 à 2001.

Le tableau 5/13 fournit des indications sur la manière dont s'est traduite la croissance globale vécue depuis 1993 dans les principales régions du Québec.

Tableau 5/13
Évolution de la fréquentation cinématographique par région (salles de cinéma) (1993/1999)

RÉGIONS	1993 (en 000)	1996 (en 000)	1999 (en 000)	Croissance 1993/1999	% du total en 1999
Gaspésie/Îles/Bas-Saint-Laurent	150,3	238,5	380,8	153 %	1,4
Saguenay/Lac-Saint-Jean	495,0	487,9	514,3	4 %	1,9
Québec	1 861,5	2 575,6	3 127,2	68 %	11,8
Chaudière-Appalaches	289,5	339,7	575,5	99 %	2,2
Mauricie/Bois-Francs	591,7	929,9	1 220,1	106 %	4,6
Estrie	385,8	484,4	858,5	123 %	5,3
Montérégie	1 318,8	2 456,0	4 411,6	235 %	16,7
Montréal	7 644,3	8 388,7	9 693,4	27 %	36,7
Laval, Lanaudière, Laurentides	2 869,3	3 362,1	4 529,0	58 %	17,2
Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Côte Nord, Nord du Québec	127,4	155,4	294,0	131 %	1,1
Total	16 103,2	19 928,0	26 397,8	64 %	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

En ce qui a trait à la croissance de la fréquentation cinématographique par région, on note que deux régions connaissent une hausse sensiblement inférieure à la moyenne générale (64 %), ce sont Le Saguenay – Lac-Saint-Jean (4 %) et Montréal (27 %); deux régions ont une croissance semblable à la moyenne générale: Laval/Lanaudière/Laurentides (58 %) et Québec (68 %); les autres régions ont toutes connu des hausses sensiblement supérieures à la moyenne, particulièrement la Montérégie (235 %).

Les résultats respectifs de Montréal et de la Montérégie s'expliquent sans doute par la tendance des exploitants de salles à se rapprocher des populations et à ouvrir de plus en plus de mégacomplexes en périphérie (Rive-Sud, Laval, Rive-Nord), et ce, non plus exclusivement au centre-ville de Montréal.

En 1999, la fréquentation cinématographique se divise donc de façon mieux équilibrée entre les régions qu'en 1993. Cependant, les grands centres urbains où se concentrent les populations continuent évidemment d'accaparer une forte proportion de la fréquentation totale : Montréal (36,7 %), la Montérégie (16,7 %), Québec (11,8 %) et Laval (6,5 %) contribuent ensemble à 72,0 % de la fréquentation totale.

5.2.1.2 Selon le pays producteur

Si on observe maintenant comment la fréquentation cinématographique est répartie selon les pays d'origine des films, on constate, sans surprise, que le cinéma américain domine avec plus de 80 % de la fréquentation totale. Le cinéma nord-américain (Québec, Canada, États-Unis) occupe 88 % de la fréquentation totale, ce qui laisse 12 % pour le reste du monde.

Tableau 5/14
Évolution de la fréquentation cinématographique
par pays d'origine (salles et ciné-parcs)
(1993/1999)

PAYS PRODUCTEUR	1993 (en 000)	1996 (en 000)	1999 (en 000)	Croissance 1993-1999	% du total en 1999
Québec	491,1	556,3	1 771,8	261 %	6,5
Canada	199,8	137,9	363,4	82 %	1,3
États-Unis	14 475,1	18 082,4	21 761,5	50 %	80,3
France	1 036,8	977,2	1 136,8	10 %	4,2
Autres	923,0	1 014,4	2 052,6	122 %	7,6
Total	17 125,9	20 768,2	27 086,1	58 %	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

En matière de croissance, on note que la fréquentation du cinéma américain connaît un taux de croissance de même ordre de grandeur que la moyenne générale (50 %/58 %). Le cinéma français connaît, pour sa part, un taux de croissance (10 %) qui est très sensiblement inférieur à la moyenne générale, alors que le cinéma québécois connaît un taux de croissance de la fréquentation très important (261 %) et fortement supérieur à la moyenne générale.

Au plan méthodologique, il faut cependant se méfier des comparaisons entre deux années spécifiques, compte tenu que, surtout pour les petites cinématographies, les fluctuations annuelles peuvent être très importantes. Le tableau 5/15 compare la fréquentation cumulative pour la période 1992-1994 et la période 1997-1999, de façon à vérifier si la tendance se maintient une fois atténuées les variations annuelles qui peuvent être significatives.

On voit que les tendances se confirment, même si les taux de croissance sont atténués. Le cinéma québécois a plus que doublé (2,5 fois) sa fréquentation entre ces deux périodes cumulatives de trois ans, alors que le cinéma français a conservé une fréquentation stationnaire, dans un univers où la fréquentation cinématographique globale était en expansion.

Tableau 5/.5
Évolution de la fréquentation cinématographique
films français et québécois
(1992-1994 / 1997-1999)

Origine	Fréquentation cumulative 1992-1994	Fréquentation cumulative 1997-1999	Croissance
Québec	1 706,5	4 477,0	162 %
France	3 082,0	3 116,7	1 %

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

Ainsi, au cours des trois dernières années, la fréquentation du cinéma québécois est plus importante que celle du cinéma français, une situation qui aurait été inimaginable il y a 10 ou *a fortiori* 20 ans. Depuis trois ans, 1,5 million de spectateurs en moyenne fréquentent le cinéma québécois en salles au Québec sur une base annuelle, comparativement à un peu moins de 600 000 au début de la décennie.

5.2.1.3 Par langue des projections

Près de 70 % de la fréquentation cinématographique en 1999 a été canalisée vers les projections en langue française. Ce qui est plus qu'en 1993 (64 %) et qu'en 1989 (56 %). Les projections en langue française demeurent donc et deviennent même de plus en plus le choix préféré des Québécois.

Tableau 5/16
Évolution de la fréquentation cinématographique
par langue des projections (salles et ciné-parcs)
(1993/1999)

Langue des projections	1993 (en 000)	1996 (en 000)	1999 (en 000)	Croissance 1993-1999	% du total en 1999
Français	10 975,1	13 277,5	18 743,6	71 %	68,6
Autres langues	6 281,4	7 597,9	8 565,6	36 %	31,4
Total	17 256,6	20 875,4	27 309,2	58 %	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

Comme l'indique le tableau 5/16, la croissance de la fréquentation des projections en langue française a été plus forte (71 %) que la croissance générale (58 %), alors que c'est évidemment l'inverse qui s'est produit pour ce qui est des projections en langues autres que le français, dont la croissance n'a été que de 36 %.

5.2.2 L'ÉVOLUTION DE LA RECETTE AU GUICHET

L'évolution de la recette au guichet annuelle au Québec a bien sûr été influencée par les phases de croissance ou de décroissance de la fréquentation décrites à la section 5.2.1 mais pas de façon systématique puisque la variation du prix du billet vient atténuer les incidences des périodes de décroissance de la fréquentation et amplifier les effets des périodes de croissance.

Tableau 5/17
Évolution de la recette au guichet au Québec, en millions $ (salles et ciné-parcs)
(1979/1999)

1975	1979	1984	1989	1994	1999
52,5	62,2	63,1	83,9	95,9	146,1

Sources : *Le parc d'établissements et l'exploitation cinématographique au Québec, 1974-1985* et *Statistiques sur l'industrie du film, éditions 1993 à 2000.*

Comme l'indique le tableau 5/17, entre 1994 et 1999, la recette au guichet a augmenté de plus de 50 % en dollars courants. Elle a presque triplé depuis 1975, en dollars courants toujours.

5.2.2.1 Par région

Sur une base régionale, on constate une répartition de la recette au guichet qui épouse, dans les grandes lignes, les mêmes paramètres que la répartition de la fréquentation analysée plus tôt.

Globalement, la recette au guichet a augmenté entre 1993 et 1999 à un taux (69 %) un peu supérieur à celui de la fréquentation (64 %), ce qui s'explique par le fait que le prix d'entrée moyen est passé de 5,16 à 5,34 $ au cours de la même période (voir 6.1.3).

On peut supposer que les régions qui ont connu un taux de croissance de la recette au guichet un peu plus élevé que le taux de croissance de la fréquentation sont celles où sont situés les mégaplexes, où le prix du billet s'établit, en soirée et les fins de semaine, à plus du double du prix moyen (voir 5.2.3). Ces villes ou régions sont la Montérégie, Montréal, Québec, et Laval.

Tableau 5/18
Évolution de la recette au guichet par région (salles de cinéma)
(1993/1999)

RÉGIONS	1993 (en 000)	1996 (en 000)	1999 (en 000)	Croissance 1993-1999	% du total en 1999
Gaspésie/Îles/Bas-Saint-Laurent	624,6	1 032,1	1 715,9	175 %	1,2
Saguenay/Lac-Saint-Jean	1 943,0	1 754,2	2 102,2	8 %	1,5
Québec	9 248,7	11 907,4	15 397,4	66 %	10,9
Chaudière-Appalaches	1 419,2	2 027,8	2 981,4	110 %	2,1
Mauricie/Bois-Francs	2 553,7	4 033,4	6 139,8	140 %	4,4
Estrie	1 779,3	2 182,8	4 182,8	135 %	3,0
Montérégie	6 688,3	12 307,3	24 327,3	264 %	17,3
Montréal	42 051,8	41 473,8	53 436,1	27 %	37,9
Laval, Lanaudière, Laurentides	14 371,9	17 337,0	24 516,0	71 %	17,4
Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Côte Nord, Nord du Québec	588,0	732,7	1 471,0	150 %	1,0
Total	**83 199,0**	**97 131,3**	**140 846,9**	**69 %**	**100**

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

5.2.2.2 Selon le pays producteur

La recette au guichet se divise par pays d'origine des films, selon les mêmes pourcentages que ceux constatés pour la fréquentation : le cinéma américain domine avec plus de 80 % de la recette au guichet totale. Le cinéma nord-américain (Québec, Canada, États-Unis) accapare 88 % de la recette au guichet totale, ce qui laisse encore une fois 12 % pour le reste du monde.

Par ailleurs, chaque pays connaît sensiblement le même taux de progression de la recette au guichet que de la fréquentation entre 1993 et 1999.

Tableau 5/19
Évolution de la recette au guichet
par pays d'origine (salles et ciné-parcs)
(1993/1999)

PAYS PRODUCTEUR	1993 (en 000)	1996 (en 000)	1999 (en 000)	Croissance 1993-1999	% du total en 1999
Québec	2 455,6	2 716,4	9 496,4	287 %	6,6
Canada	1 031,3	709,4	1 889,6	83 %	1,3
Etats-Unis	74 675,8	88 498,8	116 631,3	56 %	80,5
France	5 342,5	5 053,8	5 990,4	12 %	4,1
Autres	4 891,6	4 761,8	10 862,8	122 %	7,5
Total	88 396,9	101 740,2	144 870,5	64 %	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Si nous mettons en relation les pourcentages de la fréquentation et de la recette au guichet impartis à chaque pays producteur avec le pourcentage du nombre total de nouveaux titres distribués par pays en 1999 (selon Médiafilm), cela nous fournit une indication du taux de popularité ou du pouvoir d'attraction moyen de chacun de ces cinémas nationaux.

Tableau 5/20
Pourcentages du nombre de titres nouveaux,
de la fréquentation et de la recette au guichet par pays d'origine
(1999)

PAYS PRODUCTEUR	% du nombre de titres nouveaux	% de la fréquentation	% de la recette au guichet
Québec/Canada	11,3	7,8	7,9
États-Unis	55,7	80,3	80,5
France	13,5	4,2	4,1
Autres	19,5	7,6	7,5
Total	100	100	100

Sources : Médiafilm et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Ainsi, comme l'indique le tableau 5/20, le pouvoir d'attrait du cinéma américain est démontré par le fait qu'il accapare un pourcentage de la fréquentation et de la **recette au guichet** qui est d'environ 45 % supérieur à son poids relatif en matière de nombre de titres.

Le cinéma français connaît à l'inverse un déficit de fréquentation marqué: son pourcentage de fréquentation étant de 70 % inférieur à son poids relatif en matière de nombre de titres. Pour le cinéma international (autre qu'américain et français), le déficit de fréquentation est de 60 %. Pour le cinéma québécois et canadien (ils ne sont pas distingués dans les données publiées par Mediafilm), le pourcentage de fréquentation est d'environ 30 % inférieur à leur poids relatif.

5.2.2.3 Par langue des projections

La recette au guichet a évolué dans les mêmes termes que la fréquentation, avec les mêmes résultats : en 1999, près de 70 % de la recette au guichet totale est attribuable aux projections en français.

Tableau 5/21
Évolution de la recette au guichet
par langue des projections (salles et ciné-parcs)
(1993/1999)

Langue des projections	1993 (en 000 $)	1996 (en 000 $)	1999 (en 000 $)	Croissance 1993-1999	% du total en 1999
Français	53 991,1	64 401,2	99 096,9	84 %	67,8
Autres langues	35 052,7	37 962,2	47 036,8	34 %	32,2
Total	89 043,8	102 327,4	146 133,7	64 %	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Comme l'indique le tableau 5/21, la croissance de la recette au guichet des projections en langue française a été plus forte (84 %) que la croissance générale (64 %) alors que c'est évidemment l'inverse qui s'est produit pour ce qui est des projections en langues autres que le français, dont la croissance n'a été que de 34 %.

5.2.3 L'ÉVOLUTION DU PRIX D'ENTRÉE MOYEN

Entre 1985 et 1999, le prix d'entrée moyen a augmenté de 27 %, passant de 4,22 à 5,34 $.

Ce prix d'entrée *moyen* est le reflet d'une combinaison de prix distincts selon le type de salles : mégaplexes (prix plus élevé) versus autres salles commerciales, salles à tarif réduit, etc.; la période de fréquentation : semaine/fin de semaine, matinée/soirée; la localisation : grands centres urbains/régions; et, enfin, la nature du public : enfants, âge d'or, etc.

Tableau 5/22
Évolution du prix d'entrée moyen
(1985/1999)

Années	$	Années	$	Années	$
1985	4,22	1990	5,31	1995	4,92
1986	4,04	1991	5,28	1996	4,87
1987	4,27	1992	5,08	1997	5,08
1988	4,74	1993	5,16	1998	5,13
1989	5,05	1994	5,15	1999	5,34

Source : *Institut de la statistique du Québec.*

Dans les salles les plus récentes et les mieux situées, aux périodes les plus achalandées, le prix du billet est très largement supérieur, en fait plus du double, au prix d'entrée moyen, car il se situe entre 10 et 12 $.

5.2.4 L'ÉVOLUTION DU PARC D'ÉTABLISSEMENTS ET D'ÉCRANS

Le tableau 5/23 illustre de façon schématique les transformations qu'a connues le parc d'établissements cinématographiques (salles de cinéma) au Québec depuis 1974 :

- le nombre d'**établissements** cinématographiques (salles de cinéma) connaît une forte décroissance (de près de 70 %) entre 1974 et 1989, à la faveur de la baisse de la fréquentation évoquée précédemment, mais aussi d'une transformation de l'organisation de ces établissements. La plupart des établissements à salle unique ferment ou sont transformés en multisalles (deux à cinq écrans). Celles-ci fermeront à leur tour pour être remplacées par de nouveaux complexes ou mégacomplexes de divertissement à compter des années 1990, ce qui se traduit par une hausse modeste (9 %) du nombre total d'établissements entre 1989 et 1999;

- le nombre d'**écrans** se réduit également entre 1974 et 1989, mais dans une proportion un peu plus faible que pour les établissements, en raison du phénomène des multisalles. Cependant, il remonte en flèche entre 1989 et 1999, passant de 247 à 602 écrans, du fait que pratiquement tous les nouveaux établissements construits sont des complexes comprenant entre cinq et 17 écrans chacun. Le Québec compte aujourd'hui 60 % de plus d'écrans qu'en 1974;

- le nombre de **fauteuils** connaît une chute continue de 1974 à 1989, passant de 203 000 à 84 000, puis remonte progressivement jusqu'à 124 000 en 1999, ce qui demeure cependant inférieur de 40 % au niveau de 1974;

- le **nombre moyen d'écrans par établissement** connaît une croissance ininterrompue entre 1974 (1,1) et 1999 (5,1), croissance particulièrement rapide pendant les années 1990, alors que le **nombre moyen de fauteuils par écran** connaît pour sa part une baisse constante, passant de 548 en 1974 à 206 en 1999. Ceci favorise une rentabilité plus grande et un taux d'occupation plus élevé.

Tableau 5/23
Évolution de l'infrastructure d'exploitation au Québec
(salles de cinéma)
(1974/1999)

	1974	1980	1984	1989	1994	1999
Établissements	345	295	209	109	112	119
Écrans	371	376	318	247	349	602
Fauteuils (000)	203	178	139	84	91	124
Nbre moyen d'écrans par établissement	1,1	1,3	1,5	2,3	3,1	5,1
Nbre moyen de fauteuils par écran	548	473	438	339	261	206

Sources : *Le parc d'établissements et l'exploitation cinématographique au Québec, 1974-1985* et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

Les tendances constatées au cours de la décennie 1990 en ce qui a trait à l'accroissement du nombre d'écrans par établissement devraient être encore plus accentuées dans les toutes prochaines années. En 2000, Famous Players a inauguré deux nouveaux mégaplexes dans la région de Montréal : StarCité (17 écrans) au Parc Olympique et Colossus (18 écrans) à Laval, les deux totalisant environ 9 000 fauteuils. Un autre, géré par AMC, a ouvert ses portes dans l'ancien Forum de Montréal (22 écrans).

Le tableau 5/24 illustre pour sa part l'évolution des ciné-parcs de 1974 à 1999. On constate une situation assez différente, à savoir que le nombre d'établissements et d'écrans augmente entre 1974 et 1984, pour chuter de façon assez brutale (d'environ 50 %) entre 1984 et 1989. Depuis, le nombre d'établissements et d'écrans est demeuré relativement stationnaire.

Compte tenu de leur localisation, de leur aménagement physique et du caractère saisonnier de leurs activités, les ciné-parcs n'ont pas connu les transformations, voire la mutation, qu'a connues le parc de salles de cinéma. Ils occupent une position relativement marginale dans l'activité d'ensemble de l'industrie, accaparant environ 3 % de la fréquentation et 4 % de la recette au guichet en 1999.

Tableau 5/24
Évolution de l'infrastructure d'exploitation au Québec
(ciné-parcs)
(1974/1999)

	1974	1980	1984	1989	1994	1999
Établissements	27	36	40	20	22	20
Écrans	29	52	68	36	43	39
Nbre moyen d'écrans par établissement	1,0	1,4	1,7	1,8	2,0	2,0

Sources : *Le parc d'établissements et l'exploitation cinématographique au Québec, 1974-1985* et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

Enfin, le tableau 5/25 précise l'évolution du nombre de lieux polyvalents qui ont obtenu un permis de la Régie du cinéma depuis 1993. Les lieux polyvalents sont des salles dont la vocation première n'est pas la présentation de films en public, mais qui peuvent s'y adonner sur une base ponctuelle ou occasionnelle.

On note une d/écroissance importante (-60 %) du nombre d'établissements ayant sollicité ce type de permis entre 1993 et 1999. *Statistiques sur l'industrie du film* ne fournit aucune donnée statistique sur leurs activités. Il n'en sera donc plus question dans ce chapitre sur l'exploitation, mais nous aborderons plus spécifiquement la situation des salles parallèles au chapitre 5.3, celle de la diffusion, plus précisément au sous-chapitre 5.3.3.1 ainsi que celle des lieux de diffusion et des distributeurs.

Tableau 5/25
Évolution de l'infrastructure d'exploitation au Québec
(lieux polyvalents)
(1992/1999)

Lieux polyvalents	1993	1996	1999
Nombre d'établissements	198	176	117

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993 à 2000.

5.2.4.1 Par région

La ventilation du parc d'établissements (salles et ciné-parcs) par région nous permet de confirmer l'hypothèse faite précédemment à l'effet que les régions qui accaparent une portion plus élevée de la recette au guichet que de la fréquentation, sont celles où se concentrent les mégacomplexes. C'est-à-dire les quatre régions qui ont un nombre moyen d'écrans par établissement sensiblement plus élevé que la moyenne générale (4,5), soit Québec (5,8), Laval/Lanaudière/Laurentides (6,1), Montréal (6,2) et la Montérégie (6,6).

Tableau 5/26
Évolution de l'infrastructure d'exploitation au Québec
(salles et ciné-parcs) par région
(1993/1999)

RÉGIONS		1993	1996	1999	% du total en 1999
Gaspésie/Îles/Bas-Saint-Laurent	Établissements	11	13	15	10,6
	Écrans	14	19	24	3,7
	Nombre moyen Écrans étab.	1,3	1,5	1,6	
Saguenay/Lac-Saint-Jean	Établissements	7	6	8	5,6
	Écrans	16	16	16	2,5
	Nombre moyen Écrans étab.	2,3	2,7	2,0	
Québec	Établissements	9	10	8	5,6
	Écrans	29	47	46	7,2
	Nombre moyen Écrans étab.	3,2	4,7	5,8	
Chaudière-Appalaches	Établissements	8	7	8	5,6
	Écrans	15	22	23	3,6
	Nombre moyen Écrans étab.	1,9	3,1	2,9	
Mauricie/Centre du Québec	Établissements	9	11	10	7,0
	Écrans	20	35	39	6,1
	Nombre moyen Écrans étab.	2,2	3,2	3,9	
Estrie	Établissements	6	6	6	4,2
	Écrans	15	16	25	3,9
	Nombre moyen Écrans étab.	2,5	2,7	4,2	
Montérégie	Établissements	18	18	20	14,1
	Écrans	47	82	131	20,4
	Nombre moyen Écrans étab.	2,6	4,6	6,6	
Montréal	Établissements	32	28	29	20,4
	Écrans	115	146	180	28,1
	Nombre moyen Écrans étab	3,6	5,2	6,2	
Laval, Lanaudière, Laurentides	Établissements	16	19	19	13,4
	Écrans	71	90	116	18,1
	Nombre moyen Écrans étab.	4,4	4,7	6,1	
Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Côte Nord, Nord du Québec	Établissements	15	17	19	13,4
	Écrans	22	30	41	6,4
	Nombre moyen Écrans étab.	1,5	1,8	2,2	
Total	Établissements	131	135	142	100
	Écrans	364	503	641	100
	Nombre moyen Écrans étab.	2,8	3,7	4,5	

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.
Note : Les données ventilées par région amalgament salles et ciné-parcs.

En termes de poids relatif, il en résulte évidemment que le pourcentage du nombre total d'écrans qu'accaparent ces quatre régions (74 %) est très supérieur au pourcentage du nombre total d'établissements (54 %) qui y sont situés.

5.2.4.2 Grands circuits/Indépendants

Le tableau 5/27 indique l'évolution de la répartition des établissements et des écrans entre les deux grands circuits et les indépendants, entre 1993 et 1999.

Les indépendants continuent de contrôler la vaste majorité des établissements (74 %) et des écrans (60 %), mais ce sont principalement les circuits pancanadiens qui contrôlent les salles à écrans multiples les plus lucratives, généralement situées au centre ou en périphérie des grandes agglomérations urbaines. Famous Players est le circuit qui possède le plus de mégaplexes et, en moyenne, chacun de ses établissements comprend huit écrans. Ceux de Cinéplex-Odéon comprennent en moyenne un peu plus de six écrans par établissement, sept si on exclut les ciné-parcs. Chez les indépendants la moyenne est de quatre écrans par établissement (si on exclut les ciné-parcs).

Tableau 5/27
Répartition des établissements et des écrans en fonction de leurs propriétaires
(salles et ciné-parcs)
(1993/1999)

Années	Cinéplex-Odéon		Famous Players		Indépendants	
	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
1993						
Établissements	26	18,2	16	11,2	101	70,6
Écrans	92	22,4	78	19,0	240	58,5
Nbre moyen d'écrans par établissement	3,5		4,9		2,4	
1996						
Établissements	30	18,9	15	9,4	115	71,9
Écrans	147	25,8	97	17,0	326	57,2
Nbre moyen d'écrans par établissement	4,9		6,5		2,8	
1999						
Établissements	27	16,0	17	10,0	125	74,0
Écrans	168	22,2	135	17,9	452	59,9
Nbre moyen d'écrans par établissement	6,2		7,9		3,6	

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

5.2.5 L'ÉVOLUTION DU PARC DE COMMERCES AU DÉTAIL DE VIDÉOCASSETTES

Le parc de commerces au détail de vidéocassettes est composé d'établissements dont c'est l'activité principale, les vidéoclubs, et d'une gamme étendue d'autres types d'établissements dont c'est une activité secondaire. Ces derniers sont composés aussi bien de dépanneurs que de magasins à rayons ou à grande surface, de chaînes d'alimentation, de disquaires, de librairies, etc. Certains ne font que la vente, d'autres la location ainsi que la vente de vidéocassettes et de supports apparentés. De plus, certains n'offrent que quelques dizaines ou centaines de vidéocassettes, d'autres plusieurs milliers.

Le tableau 5/28 présente l'évolution du parc de commerces au détail de vidéocassettes, en ventilant les établissements selon deux critères : le fait que ce soit l'activité principale ou secondaire et la taille de leur inventaire.

Pour alléger la présentation, nous présentons les résultats de trois années : 1993, 1996 et 1999 qui indiquent une tendance à la décroissance du nombre total d'établissements entre 1996 et 1999. Vérifications faites, année par année, le nombre de commerces au détail de vidéocassettes a connu une croissance continue entre 1992 et 1997, puis a commencé à fléchir à compter de 1998.

Tableau 5/28
Évolution du commerce au détail de vidéocassettes
(1993,1996,1999)

	Activité		Inventaire		Total
	Principale	Secondaire	Moins de 5 000 cassettes	5 000 cassettes et plus	
1993	1 221	3 220	4 036	405	4 441
(%)	27,5	72,5	90,9	9,1	100
1996	1 270	4 616	5 327	559	5 886
(%)	21,6	78,4	90,5	9,5	100
1999	1 125	4 461	5 050	536	5586
(%)	20,1	79,9	90,4	9,6	100

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Entre 1996 et 1999, le fléchissement affecte tous les types de commerces au détail, ceux dont c'est l'activité principale (-11,5 %) comme ceux dont c'est l'activité secondaire (-3,4 %); ceux qui ont un inventaire de moins de 5 000 vidéocassettes (-4,2 %) comme ceux qui ont un inventaire de 5 000 vidéocassettes et plus (-4,1 %).

On ne peut donc expliquer ce fléchissement par un phénomène de concentration (fermeture des petits commerces au profit des grandes chaînes de vidéo-clubs), puisque même le nombre de commerces dont c'est l'activité principale et qui proposent 5 000 vidéocassettes et plus diminue, dans une proportion égale ou supérieure à celle des autres commerces.

5.2.5.1 Par région

Le tableau 6/29 présente l'évolution du parc de commerces au détail de vidéocassettes par région, pour la même période et selon les mêmes paramètres.

Dans les grandes lignes, et même s'il y a quelques exceptions, la tendance qui se manifeste à l'échelle nationale se répercute dans chacune des régions. Ainsi, le nombre total de commerces diminue dans toutes les régions entre 1996 et 1999, sauf en Montérégie où il croît très légèrement (de 873 à 878).

Dans la plupart des régions, la décroissance affecte tous les types de commerces. Dans quelques-unes, il y a une légère croissance du nombre de commerces dont c'est l'activité secondaire (Chaudières-Appalaches, Mauricie/Centre du Québec, Montérégie) et, dans trois régions, il y a maintien (Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine/Bas-Saint-Laurent et Estrie) ou légère croissance (Laval/Lanaudière/Laurentides) du nombre de commerces offrant 5 000 vidéocassettes et plus.

On constate que les régions les moins densément peuplées ont un pourcentage de commerces dont c'est l'activité secondaire et qui offrent moins de 5 000 vidéocassettes plus élevé que leur pourcentage du nombre total de commerces. Ainsi, par exemple, en 1999, 8 % de tous les commerces au détail sont situés dans la région Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine/Bas-Saint-Laurent, mais seulement 3 % de ceux dont c'est l'activité principale et 2 % de ceux offrant 5 000 vidéocassettes et plus y sont localisés.

À l'inverse, les régions très densément peuplées, comme Montréal, accaparent un plus grand pourcentage de commerces dont c'est l'activité principale et qui offrent 5 000 vidéocassettes et plus; 16 % de tous les commerces au détail sont situés à Montréal, mais pour 24 % de ceux-ci, c'est l'activité principale et 29 % d'entre eux offrent 5 000 vidéocassettes et plus. Au total, la Montérégie, Montréal et Laval/Lanaudière/Laurentides accaparent 45 % des commerces au détail, mais pour 62 % de ceux-ci c'est l'activité principale et 70 % d'entre eux offrent 5000 vidéocassettes et plus.

Notons que la région de Québec est un peu atypique à cet égard, puisque sa part des commerces dont c'est l'activité principale (8 %) et qui disposent de 5 000 vidéocassettes et plus (7 %) est légèrement inférieure à sa part de l'ensemble des commerces au détail (9 %). Elle occupe une sorte de position mitoyenne entre régions peu densément peuplées et grandes agglomérations urbaines, ce qui est un peu étonnant.

Si on met en relation les données du tableau 5/26 sur la répartition des écrans par region avec les données du tableau 5/29 sur la répartition des commerces au détail de vidéocassettes par région, on constate que toutes les régions autres que Montréal, la Montérégie et Laval/Lanaudière/Laurentides ont un pourcentage des commerces au détail de vidéocassettes sensiblement plus élevé que le pourcentage d'écrans de cinéma dont elles disposent.

Tableau 5/29
Évolution du parc de commerces au détail de vidéocassettes par région (1993/1999)

RÉGIONS		1993	1996	1999	% du total en 1999
Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine/Bas-Saint-Laurent	Activité principale	40	52	38	3,38
	Activité secondaire	365	458	432	9,69
	Moins de 5 000	403	499	459	9,10
	5 000 et plus	2	11	11	2,05
	Total	405	510	470	8,42
Saguenay/Lac-Saint-Jean	Activité principale	44	46	34	3,02
	Activité secondaire	225	296	256	5,74
	Moins de 5 000	263	324	278	5,51
	5 000 et plus	6	18	12	2,24
	Total	269	342	290	5,20
Québec	Activité principale	86	107	92	8,18
	Activité secondaire	296	447	410	9,20
	Moins de 5 000	361	512	464	9,20
	5 000 et plus	21	42	38	7,09
	Total	382	554	502	8,99
Chaudière-Appalaches	Activité principale	53	63	46	4,09
	Activité secondaire	259	373	376	8,44
	Moins de 5 000	305	418	406	8,05
	5 000 et plus	7	18	16	2,99
	Total	312	436	422	7,56
Mauricie/Centre du Québec	Activité principale	72	81	75	6,67
	Activité secondaire	259	380	384	8,62
	Moins de 5 000	319	436	436	8,64
	5 000 et plus	12	25	23	4,29
	Total	331	461	459	8,22
Estrie	Activité principale	42	54	45	4,00
	Activité secondaire	160	223	216	4,85
	Moins de 5 000	192	257	241	4,78
	5 000 et plus	10	20	20	3,73
	Total	202	277	261	4,68
Montérégie	Activité principale	220	238	220	19,56
	Activité secondaire	408	635	658	14,76
	Moins de 5 000	539	763	776	15,38
	5 000 et plus	89	110	102	19,03
	Total	628	873	878	15,73

Montréal	Activité principale	324	278	272	24,18
	Activité secondaire	361	639	596	13,37
	Moins de 5 000	540	757	711	14,09
	5 000 et plus	145	160	157	29,29
	Total	685	917	868	15,55
Laval, Lanaudière, Laurentides	Activité principale	214	227	204	18,13
	Activité secondaire	363	579	552	12,39
	Moins de 5 000	494	696	641	12,70
	5 000 et plus	83	110	115	21,46
	Total	577	806	756	13,54
Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Côte Nord, Nord du Québec	Activité principale	126	124	99	8,80
	Activité secondaire	524	586	577	12,95
	Moins de 5 000	620	665	634	12,56
	5 000 et plus	30	45	42	7,84
	Total	650	710	676	12,11
Total	Activité principale	1 221	1 270	1 125	
	Activité secondaire	3 220	4 616	4 457	
	Moins de 5 000	4 036	5 327	5 046	
	5 000 et plus	405	559	536	
	Total	4 441	5 886	5 582 *	

Source : *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.
* Plus 4 commerces non classés par région, dont c'est l'activité secondaire.

5.3 LA DIFFUSION

5.3.1 LE CINÉMA.

5.3.1.1 Le cinéma québécois en salles

Le tableau 5/30 présente les données sur la part du cinéma québécois (ou du cinéma canadien, incluant le Québec, selon les sources) en salles, au cours de chacune et au total cumulatif des cinq dernières années.

Tableau 5/30
Part de marché des films québécois en salles de cinéma
(titres, fréquentation, recettes au guichet)
1995 à 1999

	1995	1996	1997	1998	1999	Total
Nb total de titres distribués	328	345	336	370	318	1 697
Films québ. + canadiens	35	39	32	37	36	179
(%)	10,7	11,3	9,5	10,0	11,3	10,5
Fréquentation totale (000)	18 865	20 768	22 875	25 531	27 087	115 126
Films québécois	520	556	845	1 861	1 772	5 554
Films canadiens	358	138	76	275	363	1 210
Films québ. + canadiens	878	694	921	2 136	2 135	6 764
(%)	4,7	3,3	4,0	8,4	7,9	5,9
Recette au guichet (000 $)	93 307	101 740	116 438	134 234	144 871	590 590
Films québécois	2 720	2 716	4 585	9 703	9 496	29 220
Films canadiens	1 724	709	350	1 331	1 890	6 004
Films québ. + canadiens	4 444	3 425	4 935	11 034	11 386	35 224
(%)	4,8	3,4	4,2	8,2	7,9	6,0

Sources : Médiafilm et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Dans le cas du nombre de titres (source : Médiafilm), la ventilation entre films québécois et films canadiens hors-Québec n'est pas disponible. En moyenne, au total cumulatif des cinq dernières années, les films québécois et canadiens ont représenté environ 10 % des titres nouveaux mis en circulation.

Les films québécois ont accaparé 4,8 % de la fréquentation totale alors que les films canadiens hors-Québec ont accaparé 1,1 % de la fréquentation, pour un total combiné de 5,9 %. On note que les films québécois ont connu une croissance constante de leur fréquentation, qui est passée de 520 000 à près de 1,8 million de spectateurs, soit de 2,8 % à 6,5 % de la fréquentation totale.

À l'inverse, les films canadiens hors-Québec ont vu leur part de la fréquentation totale diminuer de 1,9 % à 1,3 %, même s'ils rejoignent le même nombre de spectateurs en 1999 qu'en 1995, puisque la fréquentation totale a beaucoup augmenté. Entre ces deux années, leur part de marché était sensiblement plus faible.

Le même phénomène se répercute évidemment sur la recette au guichet. La part du cinéma québécois se situe en moyenne à 4,9 % (elle progresse de 2,9 % à 6,6 %) et celle du cinéma canadien hors-Québec à 1,0 % (elle régresse de 1,8 % à 1,3 % et est particulièrement faible en 1997 à 0,3 %).

5.3.1.2 Les films québécois sur le marché de la vidéocassette

En matière de nombre de titres mis en circulation, le marché de la vidéocassette est sans commune mesure avec celui des salles de cinéma. Au total cumulatif des cinq dernières années, près de 95 000 titres ont été commercialisés sur le marché de la vidéocassette, comparativement à environ 1 700 longs métrages sortis en salles.

Le marché de la vidéo domestique ne concerne pas que le long métrage pour salles, il comprend d'autres types de longs métrages produits spécifiquement pour le marché de la vidéocassette ou pour les différents marchés télévisuels, comme des séries télévisuelles et émissions spéciales, des documentaires, des spectacles et concerts, des produits pour enfants, des vidéos commémoratives, des vidéos prônant la bonne forme physique, des vidéos sur les communautés culturelles, des vidéos pour adultes, etc.

Tableau 5/31
Part de marché des films québécois
sur le marché de la vidéo domestique
1995 à 1999

	1995	1996	1997	1998	1999	Total
Nb total de films commercialisés	**14 806**	**20 217**	**23 270**	**20 018**	**16 218**	**94 529**
Films québécois	106	122	161	172	129	690
(%)	0,7	0,6	0,7	0,9	0,8	0,7
Films canadiens	525	527	794	469	496	2 811
(%)	3,5	2,6	3,4	2,3	3,1	3,0
Total québ. + canadiens	631	649	955	641	625	3 501
Total	4,2	3,2	4,1	3,2	3,9	3,7
Nb d'attestations	**5 932 141**	**6 788 596**	**7 163 201**	**8 150 839**	**7 992 810**	**36 027 587**
Films québécois	311 716	390 748	384 087	340 796	212 762	1 640 109
(%)	5,3	5,8	5,4	4,2	2,7	4,6
Films canadiens	463 110	374 661	264 400	428 389	985 306	2 515 866
(%)	7,8	5,5	3,7	5,3	12,3	7,0
Total québ. + canadiens	774 826	765 409	648 487	769 185	1 198 068	4 155 975
Total (%)	13,1	11,3	9,1	9,4	15,0	11,5

Source : *Statistiques sur l'Industrie du film*, éditions 1993-2000.

Ce n'est pas non plus un marché de primeurs exclusivement, il comprend de nombreux films des années antérieures ressortis, des coffrets consacrés à des suites de films, à des acteurs ou à des réalisateurs, etc. Cependant, les primeurs sont importantes, puisqu'en 1999, 80 % des films commercialisés sur support vidéo avaient été produits en 1998 ou 1999.

Nous avons vu plus tôt que le nombre de commerces au détail de vidéocassettes avait commencé à fléchir en 1998, après une croissance continue entre 1992 et 1997. On constate qu'il y a eu également un fléchissement du nombre de titres mis en circulation annuellement à compter de 1998. Ce fléchissement est dû essentiellement à une réduction significative de demandes concernant des films en langues autres que le français et l'anglais. Il s'agit de films, souvent des séries télévisées, répondant aux besoins particuliers des diverses communautés culturelles établies au Québec, notamment les plus récemment arrivées.

La part des films québécois sur ce marché est très faible, moins de 1 % des titres commercialisés chaque année. Le cinéma canadien hors-Québec représente pour sa part environ 3 % des titres commercialisés.

Le nombre d'attestations désigne le nombre de copies mises en circulation annuellement. Au total cumulatif des cinq dernières années, plus de 36 millions de copies ont été commercialisées. En moyenne, environ 380 copies de chaque titre ont donc été commercialisées.

On note, dans le cas des films québécois, que leur part de marché des attestations (copies) est très supérieure (4,6 %) à leur part de marché des titres (0,7 %) : ce qui indique qu'ils sont exploités en un plus grand nombre de copies que la moyenne des films. Ainsi, les films québécois ont obtenu 1,6 million d'attestations pour environ 700 titres, soit une moyenne de 2 377 attestations (copies) par titre, soit 6 fois plus de copies par titre que la moyenne générale. Rappelons que le mot « film » est ici employé au sens générique de la Loi sur le cinéma et comprend aussi bien des émissions de télévision ou des vidéos commémoratives que des longs métrages pour salles. Les films canadiens hors-Québec, pour leur part, ont obtenu 2,5 millions d'attestations pour environ 2 800 titres, soit une moyenne de 895 attestations (copies) par titre.

5.3.1.3 Les films québécois à la télévision

Nous présentons maintenant des données sur la part de marché des longs métrages de fiction (films et téléfilms) québécois sur les différentes fenêtres télévisuelles, exprimée en nombre de titres.

Nous avons segmenté le marché télévisuel en trois catégories : la télévision conventionnelle publique (SRC et Télé-Québec), la télévision conventionnelle privée (TVA et TQS) et la télévision spécialisée et payante. Dans ce dernier cas, les données sont disponibles pour deux services seulement : Canal D et Super Écran, puisque la programmation cinéma ne constitue pas une composante importante de la programmation des autres services spécialisés de langue française en opération entre 1995 et 1999.

Tableau 5/32
Part de marché des longs métrages de fiction québécois à la télévision conventionnelle publique 1995 à 1999

	1995	1996	1997	1998	1999	Total
Radio-Canada						
Nb total de lms de fiction	436	507	470	477	551	2 441
Films québécois	49	44	36	40	46	215
(%)	**11,2**	**8,7**	**7,7**	**8,4**	**8,3**	**8,8**
Films canadiens	20	32	23	22	24	121
(%)	**4,6**	**6,3**	**4,9**	**4,6**	**4,4**	**5,0**
Films québ. + canadiens	69	76	59	62	70	336
(%)	**15,8**	**15,0**	**12,6**	**13,0**	**12,7**	**13,8**
Télé-Québec						
Nb total de lms de fiction	331	278	247	273	326	1 455
Films québécois	18	19	21	28	30	116
(%)	**5,4**	**6,8**	**8,5**	**10,3**	**9,2**	**8,0**
Films canadiens	3	2	1	1	3	10
(%)	**0,9**	**0,7**	**0,4**	**0,4**	**0,9**	**0,7**
Films québ. + canadiens	21	21	22	29	33	126
(%)	**6,3**	**7,6**	**8,9**	**10,6**	**10,1**	**8,7**

Sources : Médiafilm et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Au total cumulatif des cinq dernières années, SRC et Télé-Québec ont consacré un pourcentage assez semblable de leur programmation cinéma aux longs métrages québécois, soit respectivement 8,8 % et 8,0 %. La SRC diffuse toutefois plus de longs métrages sur une base annuelle et aussi plus de longs métrages québécois : 215 au total cumulatif des cinq dernières années (43 par année) comparativement à 116 (23 par année) pour Télé-Québec. La SRC diffuse également bon nombre de longs métrages canadiens hors-Québec (24 par année en moyenne), alors que Télé-Québec en diffuse assez peu (deux par année).

Tableau 5/33
Part de marché des longs métrages de fiction québécois
à la télévision conventionnelle privée
1995 à 1999

	1995	1996	1997	1998	1999	Total
TVA						
Nb total de lms de fiction	416	405	412	461	407	2 101
Films québécois	15	14	9	4	9	51
(%)	**3,6**	**3,5**	**2,2**	**0,9**	**2,2**	**2,4**
Films canadiens	11	8	8	10	16	53
(%)	**2,6**	**2,0**	**1,9**	**2,2**	**3,9**	**2,5**
Films québ. + canadiens	26	22	17	14	25	104
(%)	**6,3**	**5,4**	**4,1**	**3,0**	**6,1**	**5,0**
TQS						
Nb total de lms de fiction	914	767	739	647	638	3 705
Films québécois	21	23	20	20	10	94
(%)	**2,3**	**3,0**	**2,7**	**3,1**	**1,6**	**2,5**
Films canadiens	17	12	22	15	19	85
(%)	**1,9**	**1,6**	**3,0**	**2,3**	**3,0**	**2,3**
Films québ. + canadiens	38	35	42	35	29	179
(%)	**4,2**	**4,6**	**5,7**	**5,4**	**4,5**	**4,8**

Sources : Médiafilm et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

TVA et TQS consacrent aux longs métrages québécois environ 2,5 % chacun de leur programmation cinéma. Comme TQS accorde beaucoup plus de place à la programmation cinéma que TVA – même si cette place est constamment décroissante depuis 1995 – elle a diffusé beaucoup plus de films québécois (94) que TVA (51) au cours des cinq dernières années.

En fait, de tous les télédiffuseurs recensés, TVA est celui qui a accordé le moins de place aux longs métrages de fiction québécois : il en a diffusé en moyenne 10 par année, comparativement à 19 pour TQS, 23 pour TQc, 43 pour la SRC et Super Écran et 68 pour Canal D. En 1995 et 1996, il en a diffusé en moyenne 15 par année et en 1997, 1998 et 1999, sept seulement en moyenne annuelle. Les nouvelles dispositions relatives au crédit d'impôt adoptées en juin 1998 (voir section 1.4) contribueront peut-être à améliorer cette situation.

Soulignons que les diffuseurs conventionnels présentent un mélange de films québécois récents (première diffusion à la télévision conventionnelle) et plus anciens (reprises de classiques du cinéma québécois). Par ailleurs, en ce qui a trait aux films québécois récents, les différents diffuseurs conventionnels, publics et privés, généralistes et éducatifs de langue française, sont en compétition pour en acquérir les droits; leur volonté n'est donc pas seule en cause, la puissance financière relative des uns et des autres joue également un rôle non négligeable.

Tableau 5/34
Part de marché des longs métrages de fiction québécois
à Canal D et Super Écran
1995 à 1999

	1995	1996	1997	1998	1999	Total
Super Écran						
Nb total de lms de fiction	684	719	716	700	685	3 504
Films québécois	33	38	36	49	59	215
(%)	**4,8**	**5,3**	**5,0**	**7,0**	**8,6**	**6,1**
Films canadiens	51	60	51	45	44	251
(%)	**7,5**	**8,3**	**7,1**	**6,4**	**6,4**	**7,2**
Films queb. + canadiens	84	98	87	94	103	466
(%)	**12,3**	**13,6**	**12,2**	**13,4**	**15,0**	**13,3**
Canal D						
Nb total de lms de fiction	285	378	458	403	316	1 840
Films québécois	66	38	88	86	62	340
(%)	**23,2**	**10,1**	**19,2**	**21,3**	**19,6**	**18,5**
Films canadiens	11	59	13	9	7	99
(%)	**3,9**	**15,6**	**2,8**	**2,2**	**2,2**	**5,4**
Films québ. + canadiens	77	97	101	95	69	439
(%)	**27,0**	**25,7**	**22,0**	**23,6**	**21,8**	**23,9**

Sources : Médiafilm et *Statistiques sur l'industrie du film*, éditions 1993-2000.

Il en va autrement pour Super Écran et Canal D. En effet, Super Écran, occupe une fenêtre déterminée (télévision payante), dans le marché ordonné et séquentiel d'exploitation des films : salles, vidéo, télé à la carte, télé payante, télé conventionnelle, télé spécialisée. Il a donc accès à tous les nouveaux films québécois produits annuellement et il les diffuse tous. En revanche, se définissant comme une télévision payante de primeurs, il ne diffuse pas de films de répertoire et n'a donc pas accès à l'inventaire des années antérieures.

Dans le cas de Canal D, c'est l'inverse qui se produit. Ses conditions de licence ne l'autorisent pas à distribuer de longs métrages cinématographiques récents, n'ayant pas encore complété leur premier cycle d'exploitation commerciale. Il doit donc attendre que la télévision conventionnelle les ait exploités avant d'y avoir accès (à moins que celle-ci ne se désiste, mais il doit en toutes circonstances attendre sept ans après la production d'un film pour pouvoir le diffuser).

Quant au très fort pourcentage de la programmation cinéma de Canal D qui est consacrée au cinéma québécois (18,5 %), le plus élevé de tous les services recensés, il ne découle pas de ses conditions de licence mais d'un choix stratégique; c'est une façon parmi d'autres (il accorde aussi une part plus importante au cinéma français, par exemple, que tous les autres diffuseurs) de démarquer sa programmation cinéma de celle offerte par les autres diffuseurs de langue française.

Si l'on combine cinéma québécois et cinéma canadien (hors-Québec), c'est près du quart de la programmation cinéma de Canal D qui est consacrée aux cinémas canadiens.

5.3.1.4 Les aides allouées aux festivals et aux manifestations cinématographiques

En règle générale, les sociétés d'aide publique administrent deux catégories de programmes reliés aux manifestations cinématographiques, festivals et marchés. La première catégorie est celle qui vise à soutenir la tenue de ces manifestations, festivals et marchés au Québec et au Canada. La seconde catégorie est celle qui vise à soutenir une présence québécoise ou canadienne dans des manifestations, festivals et marchés internationaux.

Dans ce chapitre, nous dressons un inventaire des programmes de la première catégorie, qui constituent des formes de soutien à la diffusion du cinéma et de la culture cinématographique au Québec. Les programmes de la seconde catégorie (voir section 5.4.3 pour l'exportation et l'aide à la participation aux festivals et aux marchés internationaux) seront traités au chapitre 5.4.

5.3.1.4.1 La Société de développement des entreprises culturelles

La SODEC administre un programme d'Aide aux festivals et événements cinématographiques, auquel elle a alloué environ 3,7 millions de dollars au total cumulatif des quatre dernières années, soit un peu plus de 900 000 $ par année en moyenne. L'aide est accordée sous forme de subvention.

Tableau 5/35
Programmes d'aide à la tenue de manifestations, festivals et marchés de la SODEC (1996-1997/1999-2000)

Programmes	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Aide aux festivals et événements cinématographiques	931,1	889,5	852,5	1 008,5
Aide aux projets spéciaux	343,2	357,9	573,2	625,0

Source : Rapports annuels de la SODEC.

Les festivals et manifestations qui ont été soutenus au cours de ces quatre années (de façon généralement récurrente) sont : Le Festival des films du monde, le Festival international du cinéma et des nouveaux médias, les Rendez-vous du cinéma québécois, le Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue, le Festival international du film de Québec, le Carrousel international du Film de Rimouski, le Festival du cinéma international de Sainte-Thérèse/Sainte-Adèle, L'International du cinéma de l'Estrie, le Festival international du film sur l'art, Silence elles tournent, Les 30 jours du film européen, le Festival du cinéma international des premières œuvres, Terres en vues et Images du nouveau monde.

La SODEC administre également un programme d'Aide aux projets spéciaux, auquel elle a alloué environ 1,9 million de dollars au total cumulatif des quatre dernières années, soit environ 475 000 $ par année en moyenne. L'aide est également allouée sous forme de subvention. Ce programme soutient aussi bien la tenue de cérémonies de remise de prix (Gémeaux, Jutra), de colloques, rencontres, recherches et ateliers que des manifestations cinématographiques comme le Festival international du film de Sept-Îles, Cinémania, les Rendez-vous du film et du vidéo sur l'art de Chicoutimi, le Festival du film et de la vidéo autochtones de Montréal, les Journées du cinéma africain et créole, le Rendez-vous international de cinéma jeune public, le Festival du cinéma international de Baie-Comeau (Cinoche), les Rencontres internationales du documentaire de Montréal, le Festival Ciné 7, La mondiale de films et vidéos de Québec et le Festival du film de l'Outaouais.

5.3.1.4.2 Téléfilm Canada

Téléfilm Canada administre un programme de Subventions aux festivals canadiens, auquel l'organisme a consacré 6,8 millions de dollars au total cumulatif des quatre dernières années, soit environ 1,7 million de dollars par année. Les informations publiées dans le rapport annuel ne permettent pas de déterminer quelle portion de ces déboursés est allée à des festivals se tenant au Québec.

Tableau 5/36
Subventions aux festivals canadiens
versées par Téléfilm Canada
(1996-1997 / 1999-2000)

Programmes	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Subventions aux festivals canadiens	1 500,0	1 500,0	1 900,0	1 900,0

Sources : Téléfilm Canada, Rapports annuels.

5.3.1.4.3 Le Conseil des arts et des lettres du Québec

Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) administre un programme de Soutien aux événements nationaux et internationaux auquel il a consacré un peu plus de 400 000 $ depuis sa création en 1994-1995, comme l'indique le tableau 5/37.

Les événements soutenus ont été Images du futur, la Manifestation internationale vidéo et art électronique ainsi que Palomar. Le CALQ a aussi supporté, via le programme de Soutien à la promotion/diffusion, des projets s'inscrivant dans le cadre du *Printemps du Québec en France*, au cours de l'exercice 1998-1999.

Tableau 5/37
Dépenses (en 000 $) de soutien aux événements nationaux et internationaux du CALQ
(1994-1995 / 1999-2000)

1994-95	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Total
82,7	82,2	72,2	87,0	30,0	55,0	409,1

Source : CALQ, compilation spéciale.

5.3.2 LA TÉLÉVISION

5.3.2.1 Le cadre réglementaire

Le système de radiodiffusion canadienne est un système réglementé en vertu de la Loi sur la radiodiffusion. C'est le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) qui a pour mission d'élaborer et d'appliquer la réglementation.

Toutes les entreprises de programmation de radiodiffusion (EPR) comme de distribution de radiodiffusion (EDR) doivent contribuer à la programmation canadienne. La contribution des EDR et des EPR via des fonds indépendants de production a été abordée aux chapitres 2.3 (Fonds mixtes) et 2.4 (Fonds privés). Pour ce qui est des entreprises de programmation de télévision, leurs obligations de dépenses directes dépendent de la catégorie à laquelle elles appartiennent.

Dans le présent chapitre, les données que nous présentons sont liées au système de la radiodiffusion québécoise de langue française, c'est-à-dire aux services de programmation basés au Québec et diffusant en langue française, sauf dans le cas des diffuseurs généralistes privés où les relevés statistiques et financiers publiés par le CRTC amalgament les résultats de l'ensemble des stations, de langue anglaise et française, basées au Québec.

– *Télévision conventionnelle*

Il y a trois catégories de services de télévision conventionnelle (i.e. diffusés par ondes hertziennes) : le diffuseur généraliste public national (SRC), les diffuseurs généralistes privés (TVA, TQS, et les stations privées affiliées à ces réseaux, à SRC, à CBC, CTV ou Global) et le diffuseur éducatif public québécois (Télé-Québec).

Tous les diffuseurs conventionnels, autres que SRC/CBC, sont assujettis à la même obligation en matière de pourcentage minimal de contenu canadien devant être diffusé, soit 60 % pour l'ensemble de la journée de radiodiffusion et 50 % pour la période de radiodiffusion en soirée.

Radio-Canada, en tant que diffuseur public national, est assujetti par règlement à un minimum de 60 % journée/60 % soirée, mais il a pris des engagements qui vont au-delà du minimum requis, soit 75 % en journée et 80 % en soirée.

Jusqu'à tout récemment, les diffuseurs généralistes d'envergure devaient aussi consacrer un pourcentage de leurs recettes brutes aux dépenses de programmation canadienne, mais cette obligation est disparue lors de l'adoption de la nouvelle Politique télévisuelle au Canada (Avis public CRTC 1999-97). Depuis septembre 2000, les diffuseurs généralistes privés sont divisés en deux catégories :

- ceux qui appartiennent aux plus grands groupes de propriété de stations multiples qui desservent plusieurs provinces et qui peuvent rejoindre plus de 70 % des auditeurs disponibles dans leur langue de diffusion (TVA, CTV, Global...);

- ceux qui appartiennent aux plus petits groupes de propriété de stations multiples et qui rejoignent moins de 70 % des auditeurs disponibles dans leur langue de diffusion comme TQS, CHUM ...

Les seconds (petits groupes) n'ont pas d'autres obligations réglementaires que d'atteindre le pourcentage de contenu canadien prescrit. Les premiers (grands groupes) doivent diffuser au cours de l'année de radiodiffusion une moyenne d'au moins huit heures d'émissions prioritaires canadiennes par semaine entre 19 heures et 23 heures.

Les catégories d'émissions prioritaires canadiennes sont les suivantes :

- Dramatiques (catégorie 7)
- Musique et danse (catégorie 8)
- Variétés (catégorie 9)
- Documentaires de longue durée (catégorie 2 b)
- Émissions régionales (i.e. produites à plus de 150 kilomètres de Montréal dans le cas des émissions de langue française) qui peuvent relever de toutes les catégories sauf : 1) Nouvelles, 2) Analyse et interprétation, 3) Reportages et actualités et 6) Sports
- Magazines de divertissement (dont au moins les deux tiers du temps sont consacrés à la promotion de divertissements canadiens)

Mais aucun n'a désormais d'obligations réglementaires de dépenses minimales de programmation canadienne (en dollars ou en pourcentage des recettes annuelles brutes).

– Télévision spécialisée et payante (analogique)

Les services de télévision spécialisée demeurent pour la plupart assujettis à une double obligation : pourcentage minimal de contenu canadien et pourcentage minimal des recettes brutes de l'année précédente devant être consacrés aux dépenses de programmation canadienne.

Toutefois, ces pourcentages sont fixés au cas par cas, en fonction de la nature du service. Certains services peuvent avoir une obligation de 100 % de contenu canadien, comme les services de nouvelles continues par exemple, et d'autres, comme TV5, de seulement 15 %, puisque la mission confiée à TV5 est d'offrir une fenêtre sur la télévision de la francophonie internationale, qui puisse faire contrepoids à l'abondance d'émissions et de services étrangers de langue anglaise offerts aux Québécois.

En moyenne, les obligations de l'ensemble des services spécialisés analogiques de langue française sont à peu près équivalentes à celles des télévisions conventionnelles, comme l'indique le tableau 5/38, soit 57 % en journée et 57 % en soirée.

Tableau 5/38
Obligations réglementaires des services spécialisés et de télévision payante de langue française (analogiques)

Services	Contenu canadien		Dépenses de programmation canadienne
	Journée	Soirée	% des recettes annuelles brutes de l'année précédente
Canal Famille	60 %	60 %	35
Météomédia	100 %	100 %	37
MusiquePlus	60 %	60 %	na
RDS	60 %	60 %	50
TV5	15 %	15 %	na
Canal D	40 %	40 %	40
RDI	90 %	90 %	na
Canal Vie	50 %	60 %	45
LCN	100 %	100 %	na
MusiMax	60 %	60 %	na
Télétoon	55 %	55 %	40
Canal Évasion	60 %	60 %	50
Historia	35 %	35 %	35
Séries+	25 %	25 %	22
Z	60 %	50 %	48
Télé des arts	47 %	45 %	46
Moyenne	**57,3 %**	**57,2 %**	**40,6**
Super Écran	25 % (23 heures à 18 heures)	30 % (18 heures à 23 heures)	26
Canal Indigo Bell ExpressVu	Lms: ratio 1:12 Événements ratio 12:20 Autres : 100 %		Contribution de 5 % à un fonds de production canadien, administré indépendamment de l'entreprise

Sources : Décisions d'attribution, de renouvellement ou de modifications des conditions de licences des services de télévision spécialisée, payante et à la carte de langue française.

Par ailleurs, ceux auxquels s'appliquent des obligations de dépenses de programmation canadienne en pourcentage des recettes annuelles brutes du service de l'année précédente, doivent en moyenne dépenser au minimum 41 % de leurs recettes en dépenses de programmation canadienne.

Pour ce qui est de Super Écran, ses obligations sont de 25 % en journée et de 30 % en soirée ; il doit en outre consacrer 26 % de ses recettes annuelles brutes de l'année précédente aux dépenses de programmation canadienne.

Dans le cas de la télévision à la carte (Canal Indigo), les obligations de contenu canadien s'expriment en ratios, qui tiennent compte, particulièrement dans le cas des longs métrages pour salles, du poids relatif qu'occupent le cinéma québécois et canadien hors-Québec, et en nombre de titres nouveaux mis en marché annuellement au Québec. Le ratio est de un film canadien pour 12 films étrangers dans le cas des longs métrages pour salles et de 12 événements canadiens pour 20 événements étrangers. Les autres catégories d'émissions offertes doivent être 100 % canadiennes.

Notons que Canal Indigo dispose de deux licences : l'une pour la distribution terrestre et l'autre pour la distribution par satellite (SRD). Bell ExpressVu exploite également un service de télévision à la carte par SRD, assujetti aux mêmes types d'obligations que Canal Indigo.

Cinq entreprises de vidéo sur demande (VSD), dont trois bilingues et une de langue française, ont été autorisées en 1997 mais ne sont toujours pas entrées en opération.

– Télévision spécialisée et payante (numérique)

Le 24 novembre 2000, le Conseil a autorisé 283 nouveaux services spécialisés et payants canadiens devant être distribués en mode numérique seulement, dont cinq services spécialisés de langue française et 16 services spécialisés de langue anglaise de catégorie 1, ainsi que 262 services de télévision spécialisée ou payante de catégorie 2. De plus, deux services de télévision à la carte et quatre services de vidéo sur demande ont également été autorisés.

En vertu de sa Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numérique, les services spécialisés de catégorie 1 bénéficieront d'une distribution obligatoire en mode numérique (toutes les entreprises de distribution de radiodiffusion [EDR] devront les distribuer en mode numérique), alors que les services de catégorie 2 ne bénéficieront d'aucune garantie de distribution.

Les services spécialisés de catégorie 1 de langue française devaient s'engager à atteindre au minimum 50 % de programmation canadienne en l'an sept de leur première période de licence; au cours de l'audience, le Conseil les a aussi invités à prendre des engagements en matière de dépenses de programmation canadienne exprimés en pourcentage des recettes annuelles brutes de l'année précédente.

En pratique, les cinq services spécialisés de langue française de catégorie 1 qui ont été autorisés ont les obligations réglementaires suivantes :

Tableau 5/39
Obligations réglementaires des services spécialisés numériques de langue française de catégorie 1

Services	Contenu canadien		Dépenses de programmation canadienne
	Journée	Soirée	% des recettes annuelles brutes de l'année précédente
Réseau Info Sports	80 %	80 %	51
Perfecto, La Chaîne *	40 %	50 %	48
Télé Ha! Ha!	50 %	50 %	50
LCN Affaires	85 %	85 %	52
13ième Rue	50 %	50 %	40
Moyenne	**61 %**	**63 %**	**48,2**

Sources : Décisions d'attribution de licences des services spécialisés numériques de langue française.

* Données pour l'an deux de la licence (le pourcentage de contenu canadien atteindra 60 % / 50 % en l'an 07).

On note qu'en dépit d'un potentiel d'abonnés qui sera limité par le mode de distribution, ces services ont des obligations similaires, voire supérieures, à celles des services spécialisés analogiques existants et mêmes à celles des services conventionnels, tant en matière de contenu canadien que de dépenses de programmation canadienne.

Tous sont assujettis par ailleurs à l'obligation de s'assurer qu'au moins 25 % de leurs émissions canadiennes, autres que les nouvelles, les sports et les affaires courantes, seront produites par des sociétés n'ayant aucun lien avec la titulaire ou ses actionnaires. Une société de production n'ayant aucun de ces liens est définie comme toute société de production dans laquelle le service est spécialisé, et où n'importe lequel de ses actionnaires possède ou contrôle, directement ou indirectement, moins de 30 % de l'avoir.

Ces services devraient tous être lancés en même temps, en principe en septembre 2001 (au plus tard le 24 novembre 2001).

En ce qui a trait aux services spécialisés de catégorie 2, ils doivent tous respecter les obligations minimales suivantes en matière de pourcentage de contenu canadien : 15 % en l'an un, 25 % en l'an deux et 35 % à compter de l'an trois. Ils n'ont pas d'obligation en matière de dépenses de programmation canadienne. Une quinzaine de services spécialisés de langue française (ou bilingues) de catégorie 2, dont certains concurrents entre eux, ont été autorisés et il est encore trop tôt pour savoir s'ils verront tous effectivement le jour (ce qui est peu probable); ils ont jusqu'au 24 novembre 2003 pour être lancés.

Les services de télévision payante (nécessairement de catégorie 2) doivent proposer des engagements de diffusion de contenu canadien et de pourcentage de dépenses de programmation canadienne compatibles avec ceux des services de télévision payante déjà en place. Deux services de télévision payante de langue française ont été autorisés (Cinémania et Premières Loges); ils ont également jusqu'au 24 novembre 2003 pour être lancés.

Le Conseil a dit s'attendre à ce que les quatre services vidéo sur demande (VSD) qui ont été autorisés proposent dans la mesure du possible des émissions sur demande dans les deux langues officielles. En ce qui a trait aux longs métrages de fiction, ils doivent offrir un minimum de 5 % de longs métrages canadiens en anglais et un minimum de 8 % de longs métrages canadiens en français. Pour les autres catégories d'émissions, un minimum de 20 % des titres offerts doivent être canadiens. Chacune des entreprises doit verser à un fonds de production canadien existant, administré indépendamment de son entreprise – Fonds canadien de télévision (FCT) ou autres – une contribution équivalant à 5 % des recettes annuelles brutes du service.

Une licence d'entreprise de télévision à la carte terrestre d'intérêt général (bilingue) a été accordée à Bell ExpressVu; elle devra proposer au moins un canal en français pour trois canaux en anglais et un minimum de cinq canaux en français à tout moment. Ses obligations en matière de diffusion d'émissions canadiennes et de contribution à des fonds de production sont similaires à celles imposées aux entreprises de VSD.

5.3.2.2 Les dépenses de programmation canadienne

Le tableau 5/40 présente les résultats concrets (en dollars) de dépenses de programmation canadienne des différentes catégories de diffuseurs de langue française ou basés au Québec dans le cas des diffuseurs conventionnels privés.

En 1999, l'ensemble des diffuseurs mentionnés ont consacré 475 millions de dollars en dépenses de programmation canadienne. Un peu plus de la moitié (52 %) de cette somme provenait des deux diffuseurs publics (SRC et Télé-Québec), le solde (48 %) était issu des diffuseurs privés, conventionnels, spécialisés et payants.

Plus de 80 % des dépenses de programmation canadienne totales, soit 390 millions de dollars, provenaient de la télévision conventionnelle, dont 249 millions de dollars (64 %) de la télévision conventionnelle publique et 141 millions de dollars (36 %) de la télévision conventionnelle privée.

Si l'on exprime ces dépenses de programmation canadienne en pourcentage des revenus réalisés dans la même année, elles représentent au total 46,7 % des revenus. Dans le cas de la télévision conventionnelle publique, le pourcentage est de 64,5 % en moyenne, dans celui de la télévision spécialisée et payante, il est de 38,1 % et dans celui de la télévision conventionnelle privée (anglaise et française basée au Québec), il est de 34,5 %.

Tableau 5/40
Revenus totaux et dépenses de programmation canadienne
des entreprises de programmation de radiodiffusion québécoises ou de langue française
en 1999

Services	Revenus totaux	Dépenses de programmation canadienne	
	(M$)	(M$)	(%)
SRC (projections)	320	216	67,5
Télé-Québec	66	33	50,0
Sous total public	*386*	*249*	*64,5*
TVA	253	nd	nd
TQS	44	nd	nd
Autres (FR)	50	nd	nd
Autres (ANG)	62	nd	nd
Sous-total privé	*409*	*141*	*34,5*
Sous-total conventionnel	***795***	***390***	***49,1***
TV spécialisée *	192	79	41,1
TV payante et à la carte	31	5	16,1
Sous-total spec. et pay.	***223***	***85***	***38,1***
TOTAL	1 018	475	46,7
- télévision privée**	632	226	35,8
- télévision publique	386	249	64,5

Sources : CRTC Télévision, Relevés statistiques et financiers 1995-1999; CRTC Télévision payante et émissions spécialisées, Relevés statistiques et financiers 1995-1999; CRTC, Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 1994-1999; SRC/CBC, Renouvellement de licence 1999, Données financières; Télé-Québec (compilation spéciale).

* Incluant le tiers (1/3) des revenus et des dépenses de programmation canadienne de Météomédia/Weather Channel et Télétoon/Teletoon.

** Incluant RDI.

Les dépenses de programmation canadienne comprennent, outre les dépenses de production interne (locale, affiliée et réseau) et les dépenses d'acquisition d'émissions indépendantes, les autres dépenses de programmation admissibles, dont les dépenses en développement, de doublage et de sous-titrage codé.

5.3.2.3 Les dépenses de production indépendante

Le tableau 5/41 établit maintenant la part des dépenses globales de programmation canadienne qui est allouée à l'acquisition d'émissions produites par le secteur indépendant. En 1999, 116 millions de dollars ont été consacrés à l'acquisition d'émissions indépendantes sur des dépenses totales de programmation canadienne de 475 millions de dollars, soit environ le quart.

Tableau 5/41
Dépenses de programmation canadienne affectées à l'acquisition d'émissions indépendantes en 1999

Catégories de service	Dépenses de programmation canadienne	Émissions acquises de producteurs indépendants		% des dépenses d'émissions acquises de producteurs indépendants
	(M$)	(M$)	% des dépenses de programmation canadienne	
Télévision généraliste publique : SRC (FR)	216,2	21,2	9,8	18,3
Télévision généraliste privée : (FR + ANG, basée au Québec)	140,8	38,1	27,1	32,8
Sous-total généraliste	*357,0*	*59,3*	*16,6*	*51,1*
Télévision éducative publique (TQc)	33,2	18,1	54,5	15,6
Sous-total conventionnelle	*390,2*	*77,4*	*19,8*	*66,7*
Télévision spécialisée (FR)*	79,3	33,6	42,4	28,9
Télévision payante (FR)	5,4	5,1	94,4	4,4
Sous-total spécialisée et payante	*84,7*	*38,7*	*45,7*	*33,3*
Total	474,9	116,1	24,4	100
- Télévision privée**	225,5	76,8	34,1	66,1
- Télévision publique	249,4	39,3	15,8	33,9

Sources : CRTC Télévision, Relevés statistiques et financiers 1995-1999; CRTC Télévision payante et émissions spécialisées, Relevés statistiques et financiers 1995-1999; CRTC, Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 1994-1999; SRC/CBC, Renouvellement de licence 1999, Données financières; Télé-Québec (compilation spéciale).

* Incluant le tiers (1/3) des revenus et des dépenses de programmation canadienne de Météomédia/Weather Channel et Télétoon/Teletoon.

** Incluant RDI.

En termes généraux, secteur privé/secteur public, le ratio s'inverse lorsque l'on considère les dépenses de programmation indépendante, puisque c'est le secteur privé qui y consacre le plus de ressources financières, soit 77 millions de dollars qui représentent les deux-tiers du total des dépenses d'acquisition d'émissions indépendantes. Le secteur public y consacre pour sa part 39 millions de dollars, ce qui représente le tiers environ des dépenses totales d'acquisition d'émissions indépendantes.

Cette inversion du ratio privé/public découle du fait que la SRC consacre une part restreinte de ses dépenses de programmation canadienne à l'acquisition d'émissions indépendantes, 21 millions sur 216 millions de dollars, soit un peu moins de 10 % de ses dépenses totales de programmation canadienne, ce qui est beaucoup moins que la télévision généraliste privée (27 %) et que Télé-Québec (55 %). Ceci implique qu'en dépit d'un écart considérable (de 6,5 pour un) entre la taille des dépenses totales de programmation canadienne de la SRC (216 millions de dollars) versus Télé-Québec (33 millions de dollars), leurs dépenses de production indépendante sont assez voisines (21 millions versus 18 millions de dollars).

Cette situation s'explique par le fait que la SRC consacre une partie très importante de ses dépenses de programmation aux émissions de nouvelles, d'informations autres et de sports, trois secteurs où la production indépendante est marginale. Ainsi, en 1999, environ 50 % des dépenses totales de programmation canadienne de la SRC relevaient de ces trois catégories, et la production indépendante comptait pour moins de 2 % de ces dépenses. Au contraire, Télé-Québec ne diffuse ni émissions de nouvelles ni émissions de sports et consacre, depuis 1996, l'essentiel de ses dépenses de programmation canadienne dans les secteurs musique/variétés/arts de la scène, dramatiques, jeunesse, et documentaires à des émissions indépendantes.

Globalement, la télévision conventionnelle (généraliste privée et publique + éducative), demeure le principal client pour les producteurs indépendants, avec les deux tiers des dépenses totales d'acquisition d'émissions indépendantes, versus le tiers pour la télévision spécialisée et payante.

La télévision spécialisée et payante gagne toutefois du terrain et, en 1999, elle consacre autant de ressources à la production indépendante (39 millions de dollars) que la télévision conventionnelle privée (anglaise et française) du Québec (38 millions de dollars), et ce, en dépit d'un écart appréciable en matière de revenus totaux : télévision conventionnelle privée, 409 millions de dollars; télévision spécialisée et payante, 223 millions de dollars.

On peut présumer que cette tendance va s'accentuer au cours des deux ou trois prochaines années, puisque les données de 1999 ne comprennent pas les dépenses de production indépendante réalisées en 1999-2000 par les quatre nouveaux services spécialisés de langue française lancés en janvier 2000, soit *Canal Évasion*, *Historia*, *Séries+* et *Z*, auxquels vont s'ajouter plus tard, à compter de septembre 2001, cinq nouveaux services numériques de catégorie 1 et, progressivement, un nombre encore indéterminé de services de télévision spécialisée et payante (incluant à la carte et par VSD) de langue française de catégorie 2.

Compte tenu des engagements et conditions de licence de ces différents services, il est pratiquement certain que le montant de dépenses de production indépendante du secteur télévision spécialisée et payante (FR) va croître de façon significative d'ici 2003. Ceci est moins certain pour la télévision généraliste privée ou publique.

Les prévisions de dépenses déposées par la SRC lors de son renouvellement de licence indiquaient au mieux une stagnation (en dollars courants) de ses dépenses d'acquisition d'émissions indépendantes entre 1999 et 2003, selon la séquence suivante : 21,2 millions de dollars, 20,0 millions de dollars, 20,3 millions de dollars, 20,7 millions de dollars, 21,7 millions de dollars.

Par ailleurs, lors du renouvellement de licence de TQS, le CRTC l'a autorisé à réduire ses obligations en matière de dépenses de programmation canadienne devant être allouées à la production indépendante qui passe d'un minimum de 8,6 millions de dollars par année (soit 60,2 millions de dollars sur sept ans) à un minimum de quatre millions de dollars par année, mais au moins 40 millions de dollars sur sept ans (soit une moyenne de 5,7 millions de dollars par année).

5.3.2.4 Les dépenses de production indépendante par catégorie d'émissions

Dans le cas de la télévision généraliste, privée et publique, il est possible de ventiler les dépenses de programmation allouées à l'acquisition d'émissions indépendantes entre les grandes catégories d'émissions : nouvelles, informations autres, sports, dramatiques, musique/variétés, jeux télévisés et émissions d'intérêt général.

Comme l'indique le tableau 5/42, la SRC concentre ses dépenses d'acquisition d'émissions indépendantes dans le secteur des dramatiques (66 %), des émissions de musique et de variétés (21 %) et info/autres (11 %), qui comprend les documentaires; soit les types d'émissions soutenues par Téléfilm Canada (TFC) et le Fonds canadien de télévision (FCT). Les diffuseurs généralistes privés, pour leur part, distribuent leurs acquisitions dans plusieurs catégories d'émissions, dont plusieurs exigent des budgets horaires moins élevés que les dramatiques et sont souvent soutenus principalement par les programmes fiscaux. Ainsi, la principale catégorie est variétés/musique (39 %), qui inclut des émissions causerie, suivie des émissions d'intérêt général (29 %), puis des dramatiques (21 %) et des sports (11 %).

Tableau 5/42
Ventilation des dépenses de production indépendante des télédiffuseurs conventionnels par catégorie d'émissions en 1999
(En millions $)

	Information		Sport	Divertissement				Total
	Nouvelles	Info /Autres	Sport	Drama-tiques	Musique/ Variétés	Jeux télévisés	Intérêt général	Total
SRC	-	2,3	-	14,0	4,4	-	0,5	21,2
	-	*10,8 %*	-	*66,0 %*	*20,8 %*	-	*2,4 %*	*100 %*
Généra-liste Privé	-	1,1	4,1	8,0	12,9	1,0	11,0	38,1
	-	*2,9 %*	*10,8 %*	*21,0 %*	*33,9 %*	*2,6 %*	*28,9 %*	*100 %*
Sous-Total	-	*3,4*	*4,1*	*22,0*	*17,3*	*1,0*	*11,5*	*59,3*
		5,7 %	***6,9 %***	***37,1 %***	***29,2 %***	***1,7 %***	***19,4 %***	***100 %***

Sources : CRTC Télévision, Relevés statistiques et financiers 1995-1999 et SRC/CBC, Renouvellement de licence 1999, Données financières.

Dans le cas des services spécialisés, les Relevés statistiques et financiers ne permettent pas de ventiler les dépenses par catégorie d'émissions. Toutefois, la nature même du service fournit souvent des indications sur le type d'émissions soutenues : Canal Famille ne diffuse que des émissions pour Enfants, Teletoon exclusivement de l'Animation, RDS du Sport, LCN des nouvelles continues, etc. Nous présentons donc le ratio dépenses de production interne (incluant le matériel d'intermède et d'habillage de chaîne) versus indépendante de chacun des services spécialisés individuels qui étaient en activité en 1998-1999.

Tableau 5/43
Recettes et dépenses de programmation canadienne (interne/indépendante) des services spécialisés de langue française en 1999

Services	Recettes	Dépenses de programmation canadienne				
	(M$)	Interne		Indépendante		Total
		(M$)	(%)	(M$)	(%)	(M$)
Canal Famille	14,6	0,3	6,1	4,6	93,9	4,9
Météomédia*	9,5	3,7	100	nil	-	3,7
MusiquePlus	13,5	0,8	100	-	-	0,8
RDS	46,3	12,2	60,1	8,1	39,9	20,3
TV5	13,4	-	-	5,0	100	5,0
Canal D	17,3	0,1	1,6	6,1	98,4	6,2
RDI	34,2	23,8	95,2	1,1	4,4	25,0
Canal Vie	18,2	0,3	4,2	7,0	97,2	7,2
LCN	8,9	3,8	100	-	-	3,8
MusiMax	5,3	0,4	100	-	-	0,4
Télétoon*	10,9	0,3	15,0	1,7	85	2,0
Total	**192,1**	**45,7**	**57,6**	**33,6**	**42,4**	**79,3**

Sources : CRTC, Relevés statistiques et financiers (avec amortissements), Télévision payante et émissions spécialisées.

* Nous avons alloué le tiers des revenus et des dépenses de programmation canadienne au service de langue française de MétéoMédia/the Weather Network et de Télétoon/Teletoon.

On note que les services ayant une forte composante information/nouvelles/affaires publiques, comme RDI, Météomédia et LCN, recourent très peu sinon pas du tout à la production indépendante, tout comme les services de musique-vidéo : les vidéoclips, réalisés par des entreprises indépendantes, n'entraînent pas de dépenses de programmation comme telles et les émissions sont réalisées à l'interne, selon la philosophie de CHUM. À l'inverse, Canal D, Canal Vie, Télétoon et TV5 consacrent de 85 % à 98 % de leurs dépenses de programmation canadienne à l'acquisition d'émissions indépendantes. Il y a peu de services qui se situent entre ces deux extrêmes, sinon RDS (60 % interne/40 % indépendante).

5.3.2.5 Les parts de l'écoute totale des francophones

Nous présentons ici l'évolution des parts de l'écoute totale des francophones du Québec qui est allée à la télévision de langue française et anglaise respectivement ainsi qu'à chacun des services de langue française et à chacune des catégories de diffuseurs.

En dépit d'une croissance constante et très significative du nombre de services conventionnels et spécialisés de langue anglaise, canadiens et américains, offerts aux Québécois, l'écoute des francophones continue d'être massivement consacrée à la télévision de langue française. Sauf en 1983, la part de l'écoute des francophones québécois qui va à la télévision de langue française s'est toujours maintenue au-delà des 85 %.

– Télévision conventionnelle

Évidemment, avec le développement de la télévision spécialisée et payante, la part de marché de la télévision conventionnelle a diminué progressivement; elle se situe aujourd'hui à 73,3 %, dont 71,1 % aux trois réseaux généralistes et 2,2 % à Télé-Québec. Elle était de 85 % en 1982, avant le démarrage de la télévision payante et spécialisée.

L'arrivée de TQS en 1986 n'a pas provoqué de gain pour la télévision généraliste en termes de part de l'écoute des francophones, même si l'offre augmentait de 50 % (de deux à trois réseaux). Au cours des quatre années qui ont précédé l'entrée en scène de TQS, les deux réseaux généralistes existants ont accaparé en moyenne 79,8 % de l'écoute totale des francophones; au cours des quatre années qui ont suivi, les trois réseaux généralistes ont accaparé collectivement 78,5 %. L'écoute de la télévision généraliste s'est simplement divisée en trois plutôt qu'en deux, sans aucun gain net.

Autre phénomène à souligner : ce sont uniquement les diffuseurs publics qui ont vu leur part de marché baisser à la suite de l'entrée en scène des vagues successives de services spécialisés en 1988, 1989, 1995, 1997 et 2000.

En 1987, la part de marché de TVA était de 36,8 %, aujourd'hui elle est de 37,4 %; entre ces deux dates, elle a oscillé de 34 % à 42 %. Quant à celle de TQS, elle était de 13,9 % en 1987 et de 14,1 % en l'an 2000; entre ces deux dates, elle a oscillé entre 9,8 % et 17,6 %. La part spécifique comme la part cumulée de TVA et TQS est donc en hausse aujourd'hui par rapport à 1987, ce qui indique que l'arrivée de nouveaux participants, si elle fractionne inévitablement l'auditoire, n'entraîne pas nécessairement un recul pour tous les joueurs existants.

Il en va autrement pour les diffuseurs publics. La part du réseau français de la SRC est passée de 27,7 % en 1987 à 19,6 % à l'automne 2000, ce qui constitue les deux points extrêmes de la variation. Celle de Télé-Québec a chuté de 5,2 % en 1987 à 2,2 % aujourd'hui, avec des variations entre 1,2 % et 5,2 %.

Dans un contexte de rationalisation des dépenses publiques, les deux diffuseurs publics ont du faire face à des compressions budgétaires (ou à une progression de revenus inférieure à ce qui était anticipé et jugé nécessaire). Ils ont aussi dû se recentrer sur leur mission de service public et délaisser certains types d'émissions plus commerciales et génératrices d'auditoire. Mais les diffuseurs généralistes privés ont aussi connu des difficultés financières qui les ont forcés à des rationalisations et à des compressions : TQS à peu près constamment depuis sa création et TVA, au début des années 1990.

Le principal facteur de ces difficultés est sans doute que la programmation offerte par plusieurs des services de télévision spécialisée et payante de langue française recoupe plus directement les segments de programmation qui étaient l'apanage et l'image de marque des télédiffuseurs publics, avant leur arrivée : longs métrages sans interruptions publicitaires (SÉ), émissions pour enfants (Canal Famille et Télétoon), émissions de nouvelles et d'affaires publiques (RDI, TV5, LCN), documentaires biographiques, historiques et de société (Canal D, Historia), séries dramatiques étrangères d'origines autres qu'américaine (Séries+, TV5), etc.

C'est ainsi que le profil (âge, scolarité, revenus, activités de loisir...) de l'auditoire de ces services spécialisés se rapproche souvent davantage de celui des télévisions publiques, éducatives comme généralistes, que de celui de TQS, par exemple, et dans une moindre mesure de TVA.

Cela dit, la télévision conventionnelle québécoise de langue française a beaucoup mieux résisté que celle du Canada anglais ou des États-Unis à la pression de la télévision spécialisée et payante, et elle a conservé une part de marché largement supérieure.

– Télévision spécialisée et payante

Les services spécialisés dont les deux premières vagues se situaient en 1988 et en 1995, ont réalisé leurs gains essentiellement au détriment de l'écoute de la télévision de langue anglaise. La part de l'écoute des francophones qui était accaparée par la télévision de langue anglaise se situait entre 11 % et 17 % avant l'arrivée de la télévision spécialisée (moyenne 13,2 % entre 1982 et 1987); elle n'était plus que de 7,7 % en 1996.

On peut dire que le système a bien fonctionné à cet égard, que l'ajout de services de télévision spécialisée et payante de langue française a effectivement permis non seulement de maintenir mais d'accroître la part de l'écoute des francophones qui va à la télévision de langue française; ce que l'ajout de TQS n'était pas parvenu à faire. Sans services spécialisés de langue française, il est à craindre que bon nombre de téléspectateurs francophones, suffisamment bilingues et férus de ce type de programmation spécialisée, auraient satisfait leurs attentes auprès des services spécialisés de langue anglaise, canadiens ou américains.

À compter de 1997, on note une certaine forme de « cannibalisation » de la télévision spécialisée; c'est-à-dire que les deux dernières vagues de services spécialisés ont souvent réalisé leur gain au détriment d'autres services spécialisés, en raison de la proximité ou du chevauchement de leurs thématiques : l'arrivée de Télétoon a eu des incidences importantes sur Canal Famille, celle de MusiMax en a eu, de moindre ampleur, sur MusiquePlus, celle d'Historia en aura peut-être sur Canal D.

Ce phénomène devrait se poursuivre avec la nouvelle vague de services numériques, bien que les effets seront sans doute plus lents à se manifester, puisque ces nouveaux services seront accessibles uniquement aux abonnés à la distribution numérique, qui sont encore relativement peu nombreux. Mais sur un horizon de cinq ou sept ans, la distinction entre services analogiques et services numériques va s'estomper et tous les services spécialisés seront en compétition pour accaparer l'écoute d'une base de téléspectateurs d'ampleur comparable.

Tableau 5/44

Évolution des parts de marché, sondages d'automne BBM, ensemble du Québec, population francophone, tous, deux ans et plus

Réseaux généralistes de langue française

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TVA	46,1	38,3	43,4	45,0	41,1	36,8	38,0	36,1	36,5	39,1	34,7	39,1	39,8	38,3	40,1	41,5	40,3	38,2	37,4
SRC	35,8	38,6	37,2	34,9	33,1	27,7	26,4	24,2	25,8	24,4	25,2	25,7	23,0	25,6	24,3	22,1	23,6	22,4	19,6
TQS	s/o	s/o	s/o	s/o	4,4	13,9	14,4	17,6	16,4	14,0	15,5	14,4	13,9	12,0	9,9	10,1	9,8	12,2	14,1
s-t:	**81,9**	**76,9**	**80,6**	**79,9**	**78,6**	**78,4**	**78,8**	**77,9**	**78,7**	**77,5**	**75,4**	**79,2**	**76,7**	**75,9**	**74,3**	**73,7**	**73,7**	**72,8**	**71,1**
TQC	2,9	4,2	4,5	4,0	5,2	5,2	4,6	4,5	4,4	4,2	4,3	3,0	3,7	3,7	1,7	1,2	1,5	2,2	2,2

Télévision spécialisée de langue française

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TV5	0,4	0,5	0,3	0,5	0,5	0,2	0,3	0,5	0,6	0,6	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7
CF	s/o	s/o	s/o	s/o	0,6	0,5	2,3	1,9	1,8	2,0	2,2	2,2	2,4	2,9	3,6	2,1	1,5	1,4	0,9
RDS	s/o	s/o	s/o	s/o	0,1	0,1	0,1	0,7	0,8	1,2	1,5	1,3	1,0	1,4	1,9	1,8	1,4	1,7	1,8
MP	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3
Mété	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
CD	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	1,1	1,4	1,0	1,2	1,2	1,2
RDI	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	1,1	1,3	1,2	1,6	1,4	1,3
LCN	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,1	0,3	0,5	0,6
Mmx	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,2	0,2	0,2	0,2
Cvie	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,4	0,6	0,7	1,0
Toon	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	2,3	2,2	2,7	2,8
CÉv	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,2
Hist.	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,4
Sér+	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	1,0
Z	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	0,5
s-t:	**0,4**	**0,5**	**0,3**	**0,5**	**1,2**	**0,8**	**3,3**	**3,9**	**3,9**	**4,7**	**5,2**	**4,9**	**4,7**	**7,6**	**9,4**	**10,3**	**10,0**	**11,0**	**13,1**

Notes :
De 1982 à 1987, les parts de marché indiquées à TV5 sont celles de TVFQ-99.
De 1986 à 1987, les parts de marché indiquées à Canal Famille sont celles de TVJQ.
De 1986 à 1988, les parts de marché indiquées à RDS sont celles de TVSQ.

Télévision payante de langue française

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
SÉ	s/o	0,7	1,1	1,2	1,3	1,5	1,3	1,2	1,2	1,3	1,7	1,6	1,7	1,6	1,6	1,3	1,4	1,4	1,8

Télévision de langue française (total)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
FR	**85,2**	**82,3**	**86,5**	**85,6**	**86,3**	**85,9**	**88,0**	**87,5**	**88,2**	**87,7**	**87,4**	**88,7**	**86,8**	**87,8**	**87,0**	**86,5**	**86,9**	**87,4**	**88,2**

Télévision de langue anglaise

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
CND	8,9	10,5	8,0	7,3	7,1	7,0	5,1	5,9	5,3	4,7	5,1	4,0	4,5	4,1	4,1	4,3	4,2	3,7	4,1
ETR	5,5	6,6	4,8	5,1	4,3	4,5	4,0	4,1	3,7	4,0	4,5	3,7	4,2	3,6	3,6	3,2	3,1	3,1	3,2
s-t:	**14,4**	**17,1**	**12,8**	**12,4**	**11,4**	**11,5**	**9,1**	**10,0**	**9,0**	**8,7**	**9,6**	**7,7**	**8,7**	**7,8**	**7,7**	**7,5**	**7,3**	**6,8**	**7,3**

Note : Le solde de l'écoute va aux canaux communautaires, services exemptés et autres services accessibles sur le câble, ainsi qu'au magnétoscope.

5.3.3 LES AUTRES DIFFUSEURS

5.3.3.1 Les lieux de diffusion parallèle et les distributeurs

L'Association des cinémas parallèles du Québec (ACPQ) a été constituée en corporation à but non lucratif le 23 juillet 1979 regroupant : des membres réguliers, telles les organisations à but non lucratif donnant des représentations cinématographiques ou contribuant par leurs activités – événements - à l'éducation cinématographique des Québécois; des membres associés, c'est-à-dire ceux qui sont affiliés aux membres réguliers; ainsi que des membres honoraires décrits comme des individus intéressés aux activités de la corporation.

Fin 2000, l'ACPQ comptait 35 membres qui œuvraient dans toutes les régions du Québec, diffusant des longs métrages canadiens et étrangers, du cinéma d'auteur, en général, et parfois du cinéma américain indépendant avec des courts métrages de jeunes créateurs en avant-programme. Parmi les salles parallèles qui offrent une programmation régulière à la population, on note : Cinéma 4 à Rimouski, Ciné-Plus à Victoriaville, Ciné-Campus à Trois-Rivières, Cinélume à Gaspé, CinémAlice à Matane, les ciné-clubs de Dolbeau, Chicoutimi, Jonquière, St-Jean-sur-le-Richelieu, St-Jérôme, Ste-Geneviève, le Cinémaboule de St-André Avellin, le Ciné-Plus de St-Georges, le Ciné-Qualité de Rouyn-Noranda, le Cinéma parallèle des Îles-de-la-Madeleine, etc. ainsi qu'un certain nombre de festivals, tels le Festival international d'Abitibi-Témiscamingue, l'International du cinéma de l'Estrie, le Carroussel international du film de Rimouski, le Cinoche de Baie-Comeau, Ciné 7 de Sept-Îles.

Depuis sa création, l'Association s'est donnée comme mandat de regrouper et de fournir des services (graphisme, publicité, etc) aux différentes organisations sans but lucratif qui se consacrent partout au Québec à la promotion et à la diffusion du cinéma national et des productions internationales de qualité. C'est grâce à ce réseau que depuis une trentaine d'années les cinéphiles en régions ont pu avoir accès aux œuvres des Fellini, Kurosawa, Truffaut, Kusturica Wenders, W. Allen, Tavernier, etc ainsi qu'aux films des Pool, Egoyan, Forcier, Rozema, Binamé, Labrecque, et plus récemment aux films des Manon Briand, Chouinard, Bélanger, Villeneuve, etc.

En 1999-2000, Réseau Plus a présenté 79 films dont 33 % étaient canadiens pour un total de 70 000 spectateurs et dont 31 375 étaient des films canadiens/québécois.

Les membres diffusent dans des centres culturels, des salles de spectacles, des auditoriums de Cégep. La Régie du cinéma émet pour ces salles des permis « polyvalents ». Ces salles ont maintenant d'excellentes qualités de projection (souvent de même niveau que celles des grands centres) grâce à un programme d'aide à la rénovation des salles parallèles mis sur pied par la SODEC il y a quelques années. Auparavant, il existait une programmation destinée à la rénovation du parc de salles au Québec et le soutien alloué pouvait s'élever à un maximum de 70 000 $ par salle.

Tableau 5/45
Aide à l'amélioration des salles parallèles (SODEC volet 3.2)

1996-1996		1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
(Nb)	($)	(Nb)	($)	(Nb)	($)	(Nb)	($)	(Nb)	($)
1	12 777	-	-	3	48 190	6	93 371	4	52 786

Si certaines salles ont conservé l'appellation de ciné-clubs, elles sont dorénavant loin de la définition des ciné-clubs des années 50 et 60 des institutions scolaires. D'ailleurs, ces lieux ne visent plus qu'exclusivement le public scolaire mais l'ensemble de la population en diffusant des films récents.

En 1994, l'ACPQ se dotait d'un plan triennal pour étendre ses activités à l'ensemble du territoire québécois. Au fil des ans, le paysage cinématographique s'étant considérablement modifié au Québec, l'ACPQ a décidé entre 1997-2000, en plus d'assurer la diffusion du cinéma en régions, d'accentuer son mandat sur l'éducation cinématographique et de diversifier ses actions :

- publication de la revue de cinéma trimestrielle Ciné-Bulles;
- ateliers d'éducation cinématographique pour les jeunes (avec animateurs itinérants);
- développement et gestion d'un réseau de programmation : Réseau Plus (fondé en 1992) (actuellement présent dans 18 municipalités du Québec);
- partenariat avec les Rendez-vous du cinéma québécois;
- coordination du projet d'éducation cinématographique – écoles secondaires – L'Oeil cinéma;
- Services de programmation, de documentation, de prêt de photos, etc. aux membres;
- Possibilité que Réseau Plus offre une présence sur Internet à compter de juin 2001.

Tableau 5/46

ACPQ – Réseau Plus					
Annee	Subv. Sodec	Total revenus autonomes & SODEC	Assistance	Coût de subv. par personne	Recettes
1992-1993	6 000 $	31 345 $	25 342	0,24 $	80 011 $
1993-1994	5 000 $	48 781 $	41 272	0,12 $	125 201 $
1994-1995	15 000 $	71 635 $	42 542	0,35 $	127 910 $
1995-1996	20 000 $	70 068 $	36 637	0,55 $	106 953 $
1996-1997	20 000 $	77 928 $	46 497	0,43 $	142 695 $
1997-1998	25 000 $	78 927 $	40 585	0,62 $	119 048 $
1998-1999	25 000 $	103 145 $	67 545	0,37 $	200 865 $
1999-2000	30 000 $	128 777 $	68 537	0,44 $	200 447 $

En 1992/1993, le prix moyen d'un billet pour ces représentations était de 3,24 $ et en 1999/2000 de 2,91, et ce, alors que dans un certain nombre de mégaplex, on affiche des prix à 12 $ la place.

En 2001, 17 salles, pour la plupart de 300 à 500 places chacune, programmaient en 35 mm, y compris depuis deux ans des courts métrages québécois. En aucun moment, les salles parallèles n'entrent en compétition avec les salles dites commerciales.

Ce Réseau verse 35 % de la recette-salle ou un minimum garanti de 150 $ pour les films de long métrage aux distributeurs et de 100 $ à 200 $ par court métrage en assumant en plus les frais de transport des courts métrages. Le Réseau jouit d'une bonne réputation auprès des distributeurs qui alimentent les salles parallèles.

Tableau 5/47

Distributeurs qui alimentent Réseau Plus				
Distributeurs	Automne 1999		Hiver 2000	
	Recette totale	Coût location	Recette totale	Coût location
Alliance Viva Film	18 864 $	6 989 $	35 842 $	13 092 $
Aska			1 787 $	724 $
Audio Ciné Films Inc.	7 010 $	3 012 $	5 257 $	2 214 $
Behaviour Distribution	14 634 $	5 197 $	-	-
Blackwatch	4 263 $	1557 $	11 702 $	4 117 $
Cinéma Libre	-	-	2 543 $	1 067 $
Film Tonic	4 333 $	1 567 $	9 926 $	3 757 $
Films Lacerte	-	-	-	-
France Film	6 488 $	2 454 $	-	-
Fun Film	-	-	-	-
K Films	-	-	1 414 $	542 $
Les Films Critérion	11 391 $	4 187 $	19 785 $	6 994 $
Lions Gate Films	17 463 $	6 762 $	20 555 $	7 706 $
Médiamax	-	-	-	-
Monica Haim	-	-	-	-
Motion International	1 470 $	562 $	-	-
Nétima	-	-	-	-
Remstar	1 454 $	572 $	2 631 $	1 013 $
Séville	-	-	1 428 $	526 $

Source : Rapport final, Développement Réseau Plus, Juin 2000.

Le Réseau Plus a donc généré une recette totale de 87 373 $ à l'automne 1999 et de 113 073 $ à l'hiver 2000, montrant des coûts respectifs de location de 32 864 et de 41 756 $.

Tableau 5/48
Aide à la circulation des films – Sodec (volet 3.3)*

1995-1996		1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000	
(Nb)	($)	(Nb)	($)	(Nb)	($)	(Nb)	($)	(Nb)	($)
4	15 523	-	-	2	8 735	1	5 613	6	25 573

* Intitulé *Aide à la diffusion régionale d'œuvres non québécoises en 1995-1996.*

En analysant les statistiques des sorties de films d'un seul cinéma, Ciné-Plus à Victoriaville, on constate qu'entre 1981 et 2000, cette salle a mis à l'affiche 566 films de long métrage provenant du Québec, d'Italie, de France, de Nouvelle-Zélande, de Grande-Bretagne, d'Allemagne, du Brésil, de la République Tchèque, etc. Du premier coup d'œil, au tableau de l'assistance et du total des recettes, apparaissent en tête de liste les films qui ont bénéficié d'une sortie simultanée avec celle de Montréal.

Par contre, le film de catégorie documentaire avec point de vue d'auteur est absent des salles en régions. Cet état de fait peut s'expliquer par les exigences des télédiffuseurs de livrer les films en vidéo, films d'une durée maximale de 52 minutes. La production 35 mm de films de long métrage documentaire (plus coûteuse) est devenue rarissime aussi par manque de débouchés à l'exportation et par l'absence de salles à Montréal pour les accueillir.

5.3.3.2 Les aides à la distribution/diffusion

5.3.3.2.1 La Société de développement des entreprises culturelles

La SODEC administre un vaste éventail de programmes d'aide à la diffusion du cinéma au Québec, qui ont déjà été évoqués dans les chapitres précédents. Nous présentons dans le tableau qui suit, à titre de rappel, ceux qui s'adressent plus particulièrement au secteur indépendant ou aux cinémas parallèles.

Tableau 5/49
Programmes d'aide à la promotion et à la diffusion du cinéma
administrés par la SODEC
1995-1996 / 1999-2000

Programme	1996-1997 000 $	1997-1998 000 $	1998-1999 000 $	1999-2000 000 $
Aide à la diffusion du cinéma québécois - secteur indépendant	166,9	188,1	218,2	231,2
Aide à la diffusion du cinéma québécois sur le marché du vidéogramme	-	30,9	39,3	21,3
Aide à la promotion des cinématographies étrangères peu diffusées - publicité - amélioration des salles parallèles - aide à la circulation des films	52,9	66,7 48,2 8,7	68,7 93,4 5,6	85,3 52,8 25,6

Source : Rapports d'activités de la SODEC, 1996-1997 à 1999-2000.

5.3.3.2.2 Le Conseil des arts et des lettres du Québec

Le CALQ administre également des programmes de soutien à la promotion et à la diffusion, qui ont déjà été évoqués au chapitre 5.3 sur la production indépendante. Nous présentons dans le tableau qui suit, ceux qui visent en tout ou en partie la diffusion.

Tableau 5/50
Programmes d'aide à la promotion et à la diffusion du CALQ
(1994-1995/1999-2000)

Volets	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Total
Production/ Diffusion	259,1	282,4	283,0	298,0	349,0	376,5	1 848,0
Diffusion	28,0	40,0	25,0	20,0	43,0	48,5	204,5
Promotion/ Diffusion	56,0	37,0	76,4	44,0	160,3	134,6	508,3

Source : CALQ, compilation spéciale.

Depuis sa création le CALQ a affecté plus de 2,5 millions de dollars à ses différents programmes de soutien à la diffusion. L'aide est accordée sous forme de subvention aux projets dans le cas du volet *promotion/diffusion* et sous forme de subvention de fonctionnement aux organismes dans le cas des volets *production/diffusion et diffusion* du tableau 5/50.

Le CALQ administre également un programme de *Soutien aux événements nationaux et internationaux*, auquel il a affecté un peu plus de 400 000 $ entre 1994-1995 et 1999-2000, soit environ 70 000 $ par année.

Enfin, le CALQ dispose d'un programme de *Soutien à l'édition* et à la promotion de périodiques auquel il a affecté environ 450 000 $ depuis sa création (environ 75 000 $ par année en moyenne) et dont ont notamment bénéficié le bulletin de l'Association des cinémas parallèles, *Ciné-Bulles* et la revue *Séquences*.

5.3.3.2.3 Le Conseil des Arts du Canada

Les subventions de diffusion du CAC comprennent :

1. Aide annuelle aux organismes de distribution en arts médiatiques
2. Aide annuelle à la programmation
3. Aide annuelle aux festivals d'arts médiatiques
4. Aide annuelle aux cinémathèques
5. Subvention d'aide aux projets de diffusion en arts médiatiques
6. Aide au developpement de nouveaux publics et du marché

Pour ses subventions d'aide aux projets de diffusion en arts médiatiques, le CAC soutient des œuvres qui font preuve d'innovation: films et vidéos d'auteur, films et vidéos d'avant-garde, films et vidéos innovateurs sur le plan du genre et du style, films d'art ou de facture artistique, vidéos d'art ou monobandes ou installations multi-écrans, et installations dans lesquelles le cinéma et la vidéo jouent un rôle prépondérant. Les œuvres créées pour les industries culturelles de la télévision et du cinéma commercial ne sont pas subventionnées par ce programme. Une attention particulière est apportée au développement de jeunes auditoires (public de 14 à 24 ans) ainsi qu'à la diffusion, sur la scène internationale, d'œuvres présentées en marge de projets de circulation.

5.4 L'EXPORTATION

L'accès aux marchés étrangers est essentiel si l'on veut assurer l'expansion de la production au Québec. Le marché intérieur québécois étant relativement restreint, les producteurs doivent de plus en plus se tourner vers d'autres marchés pour compléter la structure de financement de leurs productions, d'où le recours aux coproductions internationales et interprovinciales et à l'exportation.

Selon les estimations d'une étude de PricewaterhouseCoopers commandée par l'APFTQ et le CFTPA, les recettes de provenance étrangère des productions canadiennes ont atteint 454 millions de dollars (financement étranger et autres recettes de provenance étrangère). À cela, PwC ajoute des recettes de 1,1 milliard de dollars qu'ils attribuent à la production étrangère tournée au Canada.

Au cours des trois dernières années, l'apport étranger dans le financement de la production québécoise est en constante évolution. On remarquera que nous avons sciemment inclus l'apport des exportateurs comme un apport étranger. Comme l'exportateur agit uniquement sur les marchés étrangers, nous avons pensé qu'il était judicieux qu'il apparaisse ici.

Les résultats des ventes à l'étranger des divers catalogues des producteurs, distributeurs et exportateurs ne sont pas disponibles. Sans ces données, on ne peut pas établir la valeur réelle des exportations des productions québécoises. Malgré cela, en 1999-2000, Horizon Québec[35], via un sondage auprès de ses membres, a répertorié des exportations de plus de 16 millions de dollars. Ces résultats ont été obtenus sur les marchés MIPCOM 1999, MIP-TV 2000 et au NATPE 2000 et représentent les exportations de 12 compagnies seulement.

Tableau 5/51
Évolution du financement étranger
dans la production québécoise
1997-1998 à 1999-2000
En millions $

Apport étranger	**1997-1998**	**1998-1999**	**1999-2000**
Exportateurs	13.7	22.6	22.9
Distributeurs étrangers	48.2	74.4	88.0
Sous-Total	**61.9**	**97.0**	**110.0**
Apport du coproducteur	153.1	138.8	176.5
Total	**215.0**	**235.8**	**286.5**

Source : SODEC.

Les producteurs ont aussi de plus en plus recours à la coproduction pour compléter le financement de leurs productions. La coproduction est parfois la seule avenue possible pour réaliser des productions de grande envergure qui sauront intéresser un auditoire international.

[35] Organisme formé en 1996 dans le but d'assurer la présence du Québec à travers le monde dans le secteur de l'audiovisuel.

5.4.1 LA COPRODUCTION COMME MOYEN D'EXPORTATION

La coproduction représente un élément important de la production cinématographique et télévisuelle canadienne. Elle constitue une façon privilégiée de percer de nouveaux marchés tout en facilitant le financement des œuvres.

Les Québécois sont très actifs en matière de coproduction. Ils favorisent la qualité et font preuve d'un dynamisme et d'une connaissance des marchés remarquable, ce qui fait d'eux des partenaires recherchés et appréciés.

Téléfilm gère les accords de coproduction au nom du gouvernement canadien. Les accords de coproduction officielle permettent aux producteurs canadiens et à leurs homologues étrangers de mettre en commun leurs ressources créatrices, artistiques, techniques et financières afin de coproduire des films et des émissions de télévision qui jouissent du statut de production nationale dans chacun des pays concernés.

Actuellement, les producteurs canadiens peuvent signer des œuvres conjointes avec leurs homologues de 50 pays.

Depuis cinq ans, les Canadiens et leurs partenaires étrangers ont réalisé 230 coproductions ayant généré une activité de production de l'ordre de 1,6 milliard de dollars. En 1998-1999, le service des coproductions de Téléfilm Canada a accrédité 131 projets de coproduction représentant des devis de plus de 850 millions de dollars[36].

La coproduction constitue un élément clé pour le financement de la production cinématographique et télévisuelle. Elle offre des occasions privilégiées d'accéder à de nouveaux marchés. Elle est d'ailleurs de plus en plus utilisée par les producteurs, car elle leur permet de partager les coûts élevés qu'entraîne la production d'émissions de qualité offrant un contenu culturel important. Tel que démontré dans le tableau ci-dessous, il existe, dans l'ensemble, un équilibre entre la part canadienne des budgets de coproduction et celle des partenaires étrangers (c'est-à-dire que la part canadienne représente environ la moitié du total des budgets de coproduction).

Tableau 5/52
Volume des activités de coproduction internationale avec le Canada de 1993 à 1998
Émissions de télévision et longs métrages

Année	Nombre de coproductions	Budget (M$)	Part canadienne	
			(M$)	(%) du budget
1997-1998	71	493.0	246.5	50.0
1996-1997	45	290.8	133.4	45.9
1995-1996	38	246.3	135.9	55.2
1994-1995	48	340.8	163.8	48.1
1993-1994	28	212.3	99.9	47.2
TOTAL	230	1 583.20	779.5	49.2

[36] Sources : Téléfilm Canada, site Internet, coproduction.

En 10 ans, la coproduction de films au Canada a quadruplé allant de neuf à 36 et celle de la télévision a presque quintuplé passant de 16 à 74 projets. La participation canadienne (en dollars) a suivi la même courbe de croissance.

Tableau 5/53
COPRODUCTIONS AU CANADA
1990 à 2000

	Nombre de projets	Activité économique	Participation canadienne
1990	25 (9 films, 16 TV)	188 138 612 $	103 994 875 $ (55 %)
1991	41 (14 films, 27 TV)	206 284 900 $	90 956 745 $ (44 %)
1992	33 (6 films, 27 TV)	203 199 626 $	88 738 632 $ (44 %)
1993	33 (11 films, 22 TV)	209 863 791 $	94 572 281 $ (45 %)
1994	43 (10 films, 33 TV)	291 906 915 $	151 622 393 $ (51 %)
1995	36 (13 films, 23 TV)	245 616 284 $	130 794 488 $ (53 %)
1996	44 (22 films, 22 TV)	257 222 340 $	112 012 287 $ (44 %)
1997	67 (29 films, 38 TV)	510 034 170 $	245 244 086 $ (48 %)
1998	70 (20 films, 50 TV)	570 404 198 $	341 404 198 $ (60 %)
1999	92 (19 films, 73 TV)	600 787 692 $	273 435 294 $ (46 %)
2000	110 (36 films, 74 TV)	861 828 569 $	514 620 823 $ (60 %)

Source : Téléfilm Canada.

En plus de l'accroissement du nombre de pays coproducteurs, il importe de souligner la hausse importante du nombre de coproductions réalisées avec la France et le Royaume-Uni, les deux principaux pays partenaires. De 14 projets de coproduction avec la France en 1990, on en dénombre maintenant 41, tandis que celles réalisées avec le Royaume-Uni sont passées de quatre à 42 au cours de la même période.

La coproduction comporte de nombreux avantages :

- Les coproductions officielles ont accès aux différents programmes de soutien, dont le Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada, le Fonds canadien de télévision incluant le Programme de participation au capital et le Programme de droit de diffusion, les programmes de la SODEC et autres fonds privés ainsi que les crédits d'impôt octroyés par le gouvernement fédéral et le Québec.

- Les coproductions officielles accréditées se qualifient en ce qui a trait aux exigences en matière de contenu canadien imposées aux diffuseurs canadiens. Étant donné la multiplicité des diffuseurs au Canada, et plus particulièrement l'augmentation constante de la demande pour des émissions pour enfants et des documentaires de qualité, la coproduction s'avère une solution efficace pour répondre aux exigences imposées aux diffuseurs en matière de contenu canadien.

- Les producteurs ont compris que la coproduction leur permet de bénéficier de budgets plus élevés pour la production d'émissions de télévision et de générer un chiffre d'affaires plus important. Le budget moyen d'un long métrage canadien se situe entre deux et trois millions de dollars. Celui d'une coproduction, étant de trois à cinq fois plus élevé, se rapproche davantage des budgets dont disposent les producteurs de pays considérés comme étant d'importants producteurs de longs métrages (autres que les États-Unis). Le budget moyen pour la production d'une émission pour enfants en animation étant de l'ordre de 750 000 $ pour une heure, la coproduction s'avère particulièrement utile et efficace lorsque vient le temps de boucler de tels budgets.

- Vu le grand nombre de pays participant à des traités de coproduction avec le Canada, plusieurs combinaisons sont possibles (coproductions tripartites, par exemple).

- Étant donné la baisse des droits de diffusion payés au Canada, au Québec et dans les autres pays (au Québec et au Canada, les droits de diffusion de séries dramatiques originales se situent entre 15 % et 20 % alors que ceux des émissions pour enfants, des documentaires, des émissions de variétés et des arts de la scène se situent entre 10 % et 15 %), la coproduction s'avère souvent un outil essentiel pour produire des émissions de télévision de grande qualité pour le marché domestique de chacun des pays participant à la production.

- **Les partenaires québécois dans la coproduction**

L'industrie québécoise est très active en matière de coproduction et possède une vaste expérience dans le domaine. Ses participants sont des partenaires reconnus et recherchés sur la scène internationale. De grandes sociétés comme TVA International, CINAR Film, Ciné-Groupe, etc. sont très actives en matière de coproduction. Par ailleurs, de nombreuses petites et moyennes entreprises, établies un peu partout au Canada, développent leurs activités de coproduction et ont noué des liens solides avec des partenaires étrangers qui leur ressemblent. Ces participants, différents et variés, accordent une place de plus en plus importante à la coproduction pour le financement de leurs projets. Ils sont devenus des experts dans la coproduction de documentaires, de longs métrages et d'émissions destinées aux enfants ou à la famille.

Selon les données fournies par la SODEC à partir d'une compilation spéciale, les producteurs québécois auraient été associés, pour l'ensemble des années de 1992 à 2000, à quelque 203 coproductions, dont 144 en télévision et 59 en cinéma.

Tableau 5/54
Volume de coproduction québécoise
long métrage de fiction et émissions de télévision
1992-1994 à 1998-2000

	1992-1994	1995-1997	1998-2000	TOTAL
Long métrage de fiction	15	11	29	59[37]
Émissions de télévision	35	42	67	144
TOTAL	**50**	**53**	**96**	**203**

Source : SODEC à partir d'une compilation spéciale.

[37] On remarque que le total ne correspond pas à la somme des nombres indiqués dans le tableau. Nous avons dû ajouter quatre coproductions dans une autre langue que le français ou l'anglais qui n'étaient pas indiquées selon l'année de référence.

Lorsqu'on analyse la progression de la coproduction québécoise, on remarque que la courbe de croissance des coproductions québécoises suit celle de l'ensemble du Canada.

On comprend donc que les producteurs québécois utilisent de plus en plus la coproduction pour permettre un meilleur financement de leurs productions et un accès accru aux marchés étrangers.

5.4.2 LES AIDES À LA MISE EN MARCHÉ INTERNATIONALE

La vente d'une production cinématographique ou télévisuelle à l'étranger implique notamment des dépenses pour sa promotion (publicité, participation aux marchés), pour le traitement de l'enregistrement (support, formatage, doublage) et pour les droits de reprises à verser aux artisans.

Téléfilm Canada est, à notre connaissance, le seul organisme qui gère des programmes d'aide à la mise en marché internationale. Ces programmes permettent d'acquitter une partie des dépenses des producteurs et des distributeurs liés à la mise en marché de leurs productions.

En 2000, deux ajouts sont faits au chapitre des dépenses admissibles, soit : la portion des dépenses requises pour la confection d'un site Internet voué à la promotion de productions canadiennes récentes et le reformatage d'une production (remontage requis pour permettre la diffusion d'une production selon une durée ou un nombre d'épisodes différents de ceux de la production originale).

Le programme marketing permet notamment de défrayer les coûts de publicité à paraître dans les publications spécialisées et ceux liés à la création de campagnes publicitaires et promotionnelles. Le fonds marketing rembourse 40 % des dépenses admissibles (marketing) jusqu'à concurrence de 50 000 $ par entreprise et Téléfilm Canada y a consacré 500 000 $ en 1999-2000.

En 2000-2001, 14 compagnies (PME) du Québec ont bénéficié de quelque 440 000 $, un montant comparable à celui consenti au cours de l'exercice financier précédent. Il importe de souligner que, depuis 1999-2000, seules les PME dont le chiffre d'affaires n'excède pas 25 millions de dollars peuvent avoir accès à ce fonds. Les compagnies cotées en bourse sont maintenant exclues de ce programme. On estime qu'en 2001, 20 entreprises seront admissibles au programme.

5.4.3 L'AIDE À LA PARTICIPATION AUX FESTIVALS ET MARCHÉS

– SODEXPORT

C'est dans le cadre de ses programmes d'aide à l'exportation et au rayonnement culturel (SODEXPORT) que la SODEC apporte sa contribution à l'exportation des produits québécois. Elle y a consacré 842 662 $ en 1999-2000. Par son volet présence dans les marchés et foires, la SODEC assure une présence collective des productions québécoises dans les marchés et foires sous la bannière Horizon Québec. Ce volet, auquel la SODEC consacre 400 000 $ annuellement, permet à la Société de soutenir des activités qui assurent la visibilité de la production culturelle à l'étranger.

D'autres volets du programme SODEXPORT contribuent aussi au développement des marchés internationaux. Ce sont deux volets spécifiques qui sont offerts aux entreprises pour des projets conçus afin de faciliter la réalisation d'occasions d'exportation ponctuelles et pour soutenir des actions ayant un rayonnement culturel significatif.

En plus des programmes de SODEXPORT, la SODEC contribue au rayonnement culturel en participant de façon ponctuelle à des événements internationaux. En 1999-2000, elle y a consacré 320 105 $.

Les sommes consenties par la SODEC à ce volet sont en constante progression depuis 1995-1996. Si elles ont légèrement fléchi en 1996-1997, elles se sont largement redressées au cours des deux années suivantes. Comme le démontre le tableau suivant, le nombre de projets supportés a diminué, mais les sommes consenties sont en constante augmentation de sorte que chaque projet obtient, en moyenne, un financement plus significatif.

Tableau 5/55
Évolution des programmes d'aide à l'exportation
SODEC
1995-1996 à 1999-2000

	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Nb projets	72	60	57	39	36
Montants $	977 687	845 467	1 092 910	1 139 135	1 162 767

Source : Rapport annuel SODEC – 1999-2000.

La présence québécoise dans les festivals internationaux – SODEC

La SODEC appuie la présence québécoise dans les festivals internationaux, tant sur le plan logistique que promotionnel. En 1999-2000, elle y a investi 500 000 $ qui ont permis, notamment, de rembourser la participation des réalisateurs d'œuvres présentées à ces festivals, le transport des copies de films et le sous-titrage dans la langue du pays hôte du festival.

La participation à des marchés internationaux – Téléfilm Canada

En 1999-2000, Téléfilm Canada a participé à neuf marchés internationaux de la télévision, du film et du multimédia. Elle y a consacré 800 000 $ dont la majeure partie a servi à rembourser 50 % des dépenses effectuées par les participants aux marchés.

Il n'existe pas à notre connaissance d'autres programmes de soutien à la mise en marché internationale et aux festivals internationaux.

6 LA SENSIBILISATION, L'INFORMATION ET L'ÉDUCATION DES PUBLICS

6.1 LES STATISTIQUES SUR LES HABITUDES DE CONSOMMATION CULTURELLE DES QUÉBÉCOIS

6.1.1 LES DONNÉES ÉVOLUTIVES GÉNÉRALES (QUÉBEC VERSUS CANADA)

Si l'arrivée du téléviseur a porté un dur coup au cinéma, l'assistance en salle aurait donc dû suivre la même évolution avec l'arrivée des magnétoscopes. Toutefois, malgré le fait que 85 % des ménages possédaient au moins un magnétoscope en 1999, l'assistance au cinéma a fait un bond de 20,8 millions en 1994 à 25,7 millions en 2000. De la même manière, l'arrivée du DVD (3 % des ménages québécois en possédaient en 2000) ne devrait pas vider les salles de cinéma pour autant.

La télévision possède aussi plusieurs atouts pour retenir les Québécois. En effet, avec la multiplication des canaux et la télévision numérique, tout un nouvel univers télévisuel se met en place. Déjà, les Québécois se sont adaptés, augmentant le nombre moyen de stations de télévision qu'ils regardent chaque semaine de quatre à cinq. L'écoute moyenne des Québécois les placent bon premier au Canada (24 heures contre 21,5 pour l'ensemble du Canada).

Cet engouement pour le grand et le petit écran ne doit pas faire oublier que d'autres activités font partie intégrante du paysage culturel. Ainsi, les arts de la scène ont progressé depuis 1994 au Québec, en passant de 65,2 % à 70,9 % en 2000.

6.1.2 LES DONNÉES QUÉBÉCOISES

Exception faite de l'écoute de la télévision, les statistiques qui suivent sont tirées d'une enquête sur les pratiques culturelles menée par le ministère de la Culture et des Communications (mise à jour le 19 janvier 2001), qui dresse à grands traits l'univers des préférences des Québécois en matière de comportements culturels.

Cette enquête établit qu'en 1999, la population québécoise disposait d'environ 11 heures et demie par semaine pour ses loisirs sans compter le temps passé devant la télévision. Le sport et l'activité physique occupent la première place au chapitre des loisirs, et ce, depuis 10 ans.

6.1.2.1 L'écoute de la télévision

Les Québécois ont passé en moyenne 24 heures par semaine devant leur téléviseur en 2000 (durant la saison régulière). Bien que 98 % des Québécois regardent la télévision, le nombre d'heures d'écoute varie selon leurs caractéristiques sociodémographiques (âge, sexe, etc.).

En effet, l'écoute augmente avec l'âge, les adultes consacrant dix heures de plus à la télévision (25,9 heures) que les adolescents (12-17 ans) par semaine. De même, parmi ces adultes, l'écoute des femmes est supérieure à celle des hommes (29,1 heures contre 22,6 heures).

L'occupation sociale a aussi un rôle à jouer en ce qui concerne le temps passé devant le téléviseur pour les adultes. Parmi les francophones, si un retraité écoute en moyenne 39,4 heures de télévision par semaine, un étudiant y consacre trois fois moins de temps(13,5 heures).

La langue parlée à la maison a aussi de l'importance. Les francophones sont plus friands de la télévision que les anglophones (24,4 heures par semaines contre 21,3).

De même, le plus grand choix d'activités culturelles et de loisirs dans la région métropolitaine de Montréal semble avoir une influence sur le temps d'écoute. En effet, l'ensemble de la population situé à l'extérieur de Montréal consacre quatre heures de plus par semaine à l'écoute de la télévision (25,9 heures contre 21,8).

Tableau 6/1
Nombre d'heures d'écoute de la télévision par semaine, Québec, automne 2000

Tous (2 ans et plus)	24,0
Hommes (18 ans et plus)	22,6
Femmes (18 ans et plus)	29,1
Francophones (2 ans et plus)	24,4
Anglophones (2 ans et plus)	21,3
2- 11 ans	16,4
12-17 ans	15,4
RMR de Montréal (2 ans et plus)	21,8
Hors RMR de Montréal (2 ans et plus)	25,9
Adultes	25,9
Aux études (francophones 18 ans et plus)	13,5
À la maison (francophones 18 ans et plus)	36,5
À la retraite (francophones 18 ans et plus)	39,4
Professionnels (francophones 18 ans et plus)	17,4

Source : Sondages BBM, Data Télévision 2000-2001.

6.1.2.2 Les fréquences d'écoute par catégorie ou type d'émissions

Nous abordons maintenant la question de savoir à quelles catégories ou types d'émission l'écoute télévisuelle de la population québécoise est consacrée.

Le premier tableau présente la fréquence d'écoute de différentes catégories d'émissions par l'ensemble de la population québécoise.

Tableau 6/2
Fréquence d'écoute de différentes catégories d'émissions en 1999
Québec, Population de 15 ans et plus

Catégorie	Souvent	Rarement/Jamais
Nouvelles et affaires publiques	85,3 %	14,7 %
Téléromans	45,7 %	54,3 %
Mini-séries	40,0 %	60,0 %
Films	65,7 %	34,3 %
Émissions sportives	34,1 %	65,8 %
Jeux et jeux-questionnaires	73,9 %	76,2 %
Humour	50,6 %	49,5 %
Théâtre, danse, concerts	27,5 %	72,6 %
Variétés et magazines	33,1 %	66,9 %
Animation et dessins animés	24,2 %	75,8 %

Source : Les pratiques culturelles des Québécoises et des Québécois en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

On note, sans surprise, que ce sont les émissions de nouvelles et d'affaires publiques qui sont les plus régulièrement écoutées, dans la mesure où elles sont présentées plusieurs fois par jour et dans de nombreux formats, plus ou moins approfondis. L'enquête confirme la place de plus en plus grande qu'occupent les bulletins de nouvelles télévisés comme source d'information quotidienne que 85,3 % de la population déclarent écouter souvent.

Les émissions dramatiques (téléromans, mini-séries, films) bénéficient également d'une très bonne fréquence d'écoute, particulièrement les films que 65,7 % des Québécois affirment regarder souvent. L'intérêt des Québécois pour l'humour se confirme. Bien que ceux-ci disent regarder souvent les téléromans (45,7 %), ce chiffre grimpe à 50,6 % pour les émissions d'humour. Viennent ensuite les émissions de sports, les émissions de variétés, les émissions consacrées aux arts de la scène (théâtre, danse, concerts), les dessins animés et autres émissions d'animation et les jeux.

Dans les tableaux qui suivent, nous présentons la ventilation de la fréquence d'écoute en fonction de certaines caractéristiques (âge, sexe, niveau d'études...) pour deux catégories d'émissions particulières, soit les téléromans et les films présentés à la télévision.

Tableau 6/3
Fréquence d'écoute des téléromans à la télévision, Québec, 15 ans et plus, 1999

Population	Souvent (%)	Rarement/Jamais (%)
Population totale	**45,7**	**54,3**
Hommes	30,4	69,6
Femmes	60,4	39,6
15 à 24 ans	44,5	55,5
35 à 44 ans	44,2	55,9
65 ans et +	49,8	50,2
Études primaires	62,8	37,2
Études universitaires	33,3	66,7
Cadres supérieurs	34,0	66
Personnel de soutien	67,5	32,4
De 50 000 à 99 999 h.	52,3	47,6
RMR de Montréal	39,3	60,7

Source : Les pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

Dans le cas des téléromans, plusieurs écarts très significatifs (du simple au double) entre sous-groupes de population apparaissent.

Ainsi, les femmes ont une fréquence d'écoute des téléromans très supérieure aux hommes : plus de 60 % des femmes disent écouter souvent les téléromans, contre un peu plus de 30 % chez les hommes.

De même, les gens peu scolarisés et occupant des emplois non professionnels écoutent beaucoup plus fréquemment les téléromans que les gens très scolarisés et occupant des fonctions professionnelles : près de 62 % des gens de niveau d'études primaire regardent souvent les téléromans, contre 33 % seulement pour les universitaires; plus des deux tiers (67,5 %) des gens occupant une fonction de personnel de soutien regardent souvent les téléromans, contre 34 % seulement pour les cadres supérieurs et les professionnels.

En revanche, même si les 55 ans et plus ont une fréquence d'écoute des téléromans plus élevée (plus de 50 % des gens âgés de 55 à 64 ans ou de 65 ans et plus disent les regarder souvent), tous les groupes de plus de 15 ans disent les regarder souvent dans une proportion de plus de 40 % ou 45 %. Le téléroman est donc suffisamment diversifié pour continuer de susciter un attrait non négligeable auprès de toutes les générations.

De même, il jouit d'une bonne fréquence d'écoute (entre 45 % et 56 % qui regardent souvent) parmi tous les sous-groupes selon la taille de l'agglomération, sauf pour la grande région métropolitaine de Montréal, où le niveau est légèrement inférieur à 40 %.

Tableau 6/4
Fréquence d'écoute de films à la télévision, Québec, 15 ans et plus, 1999

Population	Souvent (%)	Rarement/Jamais (%)
Population totale	**65,7**	**34,3**
Hommes	67,4	32,6
Femmes	64,1	35,9
15 à 24 ans	80,5	19,5
35 à 44 ans	67,8	32,2
65 ans et +	48,4	51,6
Études primaires	54,8	45,2
Études universitaires	62,3	37,7
Cadres supérieurs	67,7	32,3
Personnel de soutien	71,7	28,3
De 50 000 à 99 999 h.	61,8	38,2
RMR de Montréal	66,7	33,3

Source : Les pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

Si l'on considère maintenant la fréquence d'écoute des films à la télévision, on constate, d'une part, que celle-ci donne lieu à des écarts beaucoup moins significatifs entre sous-groupes de la population, et d'autre part, que ces écarts minimes vont généralement en sens contraire de ceux constatés pour les téléromans.

Ainsi, par exemple, la fréquence d'écoute des films à la télévision est comparable chez les femmes et chez les hommes : 67,4 % des hommes les regardent souvent comme 64,1 % des femmes. On est donc très loin de l'écart du simple au double en faveur des femmes constaté pour les téléromans.

Par ailleurs, et contrairement aux pratiques de fréquence d'écoute de la télévision en général, comme du téléroman en particulier, la fréquence d'écoute des films est inversement proportionnelle à l'âge : plus on est jeune, plus la fréquence d'écoute est élevée. Plus de 80 % des 15-24 ans regardent souvent les films, versus 48,4 % chez les 65 ans et plus. Cela dit, tous les groupes d'âge de moins de 65 ans regardent souvent des films dans une proportion d'au moins 55 % et d'au minimum 65 % pour les moins de 55 ans.

De même, toutes les catégories socioprofessionnelles (sauf les retraités) disent regarder souvent des films dans une proportion d'au moins 65 %, et tous les sous-groupes selon la taille de l'agglomération regardent souvent des films dans une proportion d'au moins 60 %.

La popularité constante des films à la télévision tient à leur capacité de susciter une forte fréquence d'écoute auprès de toutes les composantes de la population, peu importe leur sexe, leur âge, leur niveau d'études, la taille de l'agglomération dans laquelle elles habitent ou leur catégorie socioprofessionnelle.

6.1.2.3 La fréquentation des salles de cinéma

Comme l'indique le tableau 6/5, 72 % des Québécois interrogés en 1999 ont dit être allés au cinéma au moins une fois au cours des 12 derniers mois. En moyenne, au cours de cette période, les Québécois affirment être allés au cinéma 11,3 fois.

Ce sont les jeunes du groupe d'âge situé entre 15 et 24 ans et ceux qui possèdent un niveau de scolarité plus élevé qui fréquentent le plus souvent les salles de cinéma. Près de 94 % des premiers sont allés au cinéma au moins une fois dans les douze mois précédant l'entrevue, et plus de 84 % des seconds.

Dans l'ensemble, on peut donc faire les mêmes constats pour la fréquentation en salles que pour la fréquence d'écoute des films à la télévision : plus on est jeune, plus on est scolarisé et plus on occupe des fonctions de haut niveau (ou si on est étudiant), plus on va au cinéma.

La taille des agglomérations influence aussi le nombre de sorties au cinéma. En règle générale, plus l'agglomération est grande, plus on va au cinéma : les habitants de la grande région métropolitaine de Montréal vont au cinéma 12,5 fois par année, ceux de la région métropolitaine de Québec 12,0 fois, alors que les gens qui vivent hors-agglomération y vont 8,4 fois, ce qui, bien sûr, est lié à l'ampleur de l'offre qu'on trouve à proximité.

Tableau 6/5
Fréquentation des salles de cinéma au cours des 12 derniers mois et nombre moyen de sorties par assistant, Québec 1999

Population de 15 ans et +	A fréquenté les salles de cinéma			
	Non (%)	Oui (%)	Total (Nb)	Sorties (Nb)
Total population	**28,0**	**72,0**	**6482**	**11,3**
Hommes	24,9	75,1	3192	11,9
Femmes	31,0	69,0	3290	10,5
15 à 24 ans	6,4	93,6	1033	15,6
35 à 44 ans	22,0	78,0	1342	8,9
65 ans ou +	56,0	44,0	958	7,9
Études primaires	70,7	29,3	440	6,2
Études universitaires	15,7	84,3	1845	13,6
Cadres supérieurs et professionnels	16,9	83,1	637	13,2
Personnel de soutien	24,9	75,1	104	12,0
Agglomération de moins de 50 000 h.	34,0	66,0	414	9,6
RMR de Montréal	23,8	76,2	3160	12,5

Source : extraits du chapitre 6, « Les sorties », Les Pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

En ce qui a trait à la langue des films visionnés en salles de cinéma, on note au Québec, en 1999, que 64,8 % de la population disent assister à des représentations surtout en langue française, 23,1 % surtout en langue anglaise; 11,8 % des spectateurs disent assister à peu près à part égale à des représentations dans l'une ou l'autre langue et 0,3 % dans une langue autre que le français ou l'anglais.

6.1.2.4 Le visionnement de vidéocassettes de location

Près de 58 % des Québécois ont regardé au moins une vidéocassette de location au cours des quatre semaines précédant l'entrevue. En moyenne, chaque Québécois regarde quatre vidéocassettes de location par tranche de quatre semaines, dont 2,7 en langue française et 1,2 en langue anglaise, soit 52 vidéocassettes par année, ou une par semaine en moyenne.

Les hommes sont plus nombreux (63 %) que les femmes (53 %) à avoir regardé au moins une vidéocassette de location au cours des quatre dernières semaines et, en moyenne, ils en regardent davantage qu'elles : 58,5 par année versus 44,2.

Ici aussi la fréquence de visionnement de vidéocassettes de location est inversement proportionnelle à l'âge. Plus on est jeune, plus on en regarde : près de 95 vidéocassettes par année pour les 15-24 ans versus 13 par année pour les 65 ans et plus.

Ce sont les Québécois ayant atteint le niveau d'études collégial qui regardent le plus de vidéocassettes de location avec 66 par année. Ils sont suivis des gens ayant une scolarité universitaire (52) ou secondaire (51) et de ceux ayant un niveau d'études primaire, lesquels en consomment toutefois beaucoup moins (13).

Tableau 6/6
Population qui a regardé des vidéocassettes en location au cours des quatre dernières semaines
Québec 1999

Population de 15 ans et +	A regardé des vidéocassettes de location			
	Non (%)	Oui (%)	Total (Nb)	Total films
Total population	**42,1**	**57,9**	**6 548**	**4,0**
Hommes	37,1	62,9	3 229	4,5
Femmes	46,9	53,1	3 319	3,4
15 à 24 ans	17,9	82,1	1 044	7,3
35 à 44 ans	30,7	69,3	1 352	4,2
65 ans ou +	81,5	18,5	965	1,0
Études primaires	81,0	19,0	442	1,0
Études universitaires	38,5	61,5	1 855	4,0
Cadres supérieurs et professionnels	31,3	68,7	642	4,5
Personnel de soutien	34,2	65,8	107	4,4
Agglomération de moins de 50 000 h.	42,9	57,1	416	3,7
RMR de Montréal	42,1	57,9	3205	4,0

Source : extraits du chapitre 6, « Les sorties », Les Pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

Toutes les catégories socioprofessionnelles consomment entre 46 et 66 vidéocassettes par année, sauf les retraités qui en consomment beaucoup moins (16 par année) et les étudiants qui en consomment beaucoup plus (85 par année).

Selon la taille de l'agglomération où ils résident, les Québécois regardent entre 46 et 64 vidéocassettes de location par année, en moyenne.

6.1.2.5 L'équipement culturel des ménages

En 1999, pratiquement tous les ménages québécois possédaient un téléviseur couleur et chaque ménage en avait 1,9 en moyenne. Plus de 85 % des ménages étaient équipés de magnétoscopes, près de 10 %, de lecteurs de disques vidéo numériques et près des trois quarts étaient abonnés à la télédistribution. Par ailleurs, en 2000, 45 %[38] des ménages avaient un ordinateur domestique et 33 % étaient abonnés à Internet[39].

Près du tiers des ménages québécois possèdent des jeux vidéo et près des trois quarts, un lecteur de disques compacts.

Tableau 6/7
Équipement culturel des ménages, Québec, 1999

Équipement	% des ménages	Équipement	% des ménages	Équipement	% des ménages
Tv couleur	98,8	Câblodistribution	69,6	Ordinateur	45,6
Magnétoscope	85,6	SRD	5,0	Internet	23,4
Lecteur DVD	9,4	Super Écran	12,1	Jeux vidéos	31,9
Lecteur disques compacts	74,9	TMN	3,9		

Source : Les Pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

6.1.2.6 L'utilisation d'Internet

En moyenne, en 1999, les Québécois vivant dans un ménage abonné à Internet naviguaient 6,5 heures par semaine.

Tableau 6/8
Population de 15 ans ou plus vivant dans un ménage abonné à Internet, nombre d'heures de navigation par semaine, Québec 1999

	Pas d'ordinateur (%)	Internet oui (%)	Internet non (%)	Internet (Nb)	Internet en français heures	Internet en anglais heures	Total heures
Total	49,2	27,1	23,8	6541	2,4	4,1	6,5
Hommes	44,1	30,7	25,2	3225	2,7	5,7	8,6
Femmes	54,1	23,6	22,4	3316	2,0	2,0	3,9
15 à 24 ans	31,8	41,5	26,6	1043	2,3	5,9	8,5
35 à 44 ans	41,7	28,5	29,8	1349	2,6	3,1	5,8
65 ans ou +	80,3	7,5	12,2	965	2,8	2,0	5,5
Études primaires	85,7	5,6	8,7	440	2,7	1,4	5,6
Études universitaires	28,1	42,2	29,7	1851	2,0	4,0	5,9
Cadres supérieurs	27,1	42,9	30,0	640	2,0	4,5	6,2
Personnel de soutien	51,1	29,5	19,4	107	5,6	3,5	6,4
- de 50 000 hab.	60,8	17,3	21,9	416	4,4	5,0	8,3
RMR de Montréal	44,9	30,5	24,6	3201	1,8	4,5	6,3

Source : Les Pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises en 1999, dossier statistique, MCCQ, décembre 2000.

---

[38] Institut de la statistique du Québec, février 2002.

[39] Institut de la statistique du Québec : « *L'utilisation d'Internet par les ménages québécois en 2000* », collection L'économie du savoir, décembre 2001.

Les hommes consacrent beaucoup plus de temps à la navigation (8,6 heures par semaine) que les femmes (3,9 heures) et les moins de 35 ans, sensiblement plus que leurs aînés. Fait intéressant toutefois, les 65 ans et plus y consacrent autant de temps ou presque (5,5 heures) que les 55-64 ans (5,4 heures) ou les 35-44 ans (5,8 heures) et davantage que les 45-54 ans (4,5 heures).

Autre fait intéressant, les gens de niveau d'études primaire y consacrent presque autant de temps (5,6 heures par semaine) que les gens de niveau d'études universitaire (5,8 heures). Ce sont les gens de niveau d'études secondaire qui y consacrent le plus de temps (7,3 heures), ce qui comprend les étudiants qui sont actuellement en train de compléter leurs études secondaires.

Troisième fait intéressant, les francophones naviguent plus d'heures par semaine (6,6) que les anglophones (6,2 heures). Notons cependant que les francophones naviguent en anglais 55 % du temps.

Les catégories de la population qui naviguent davantage en français qu'en anglais sur Internet sont les suivantes : les 65 ans ou plus, les personnes de niveau d'études primaire, les manœuvres et employés de la production primaire, le personnel de soutien, les retraités, les inactifs, ainsi que les populations hors-agglomération.

Les catégories qui utilisent le plus l'anglais sur Internet sont : les hommes avec 5,7 heures par semaine, les jeunes de 15 à 24 ans avec 5,9 heures, les étudiants avec 6,2 heures en anglais et 2,4 heures en français, ceux qui parlent l'anglais à la maison avec 5,8 heures en anglais et 0,4 heure en français, à égalité avec ceux qui parlent une langue autre que le français ou l'anglais à la maison avec 5,8 heures en anglais et 0,8 heure en français. Dans toutes les agglomérations de plus de 50 000 habitants, y compris les régions métropolitaines de Montréal et Québec, le nombre d'heures de navigation est plus élevé en anglais qu'en français.

En ce qui a trait aux catégories socioprofessionnelles, ce sont les étudiants qui dominent avec 9,1 heures de navigation par semaine; les manœuvres et les employés des productions primaires sont ceux qui naviguent le moins (2,9 heures par semaine). Notons que les enseignants et professionnels des arts et de la culture naviguent peu (4,6 heures par semaine) comparativement aux gens de métiers (6,6), au personnel de soutien (6,4), aux cadres supérieurs et professionnels (6,2), voire aux retraités (6,2).

Ce sont les gens qui vivent hors-agglomération (7,7 heures par semaine) ou dans des villes de moins de 200 000 habitants qui naviguent le plus. Ceux qui vivent dans des agglomérations moyennes (de 200 000 à 499 999 habitants) naviguent le moins (5,3 heures). Les gens qui habitent la grande région métropolitaine de Montréal se situent entre les deux (6,3).

Les jeunes et Internet

Selon une étude menée durant l'année scolaire 1999-2000 auprès des 12-18 ans[40], 99 % des jeunes Québécois ont déjà utilisé Internet au moins une fois, 80 % se déclarent usagers réguliers et 57 % disposent d'un branchement à la maison.

Bien plus qu'à l'école ou à la bibliothèque, c'est à la maison que se développe la pratique régulière d'Internet. Un écart important entre ceux qui disposent d'Internet chez eux et ceux qui n'en disposent pas apparaît en effet dans l'usage. Pour les jeunes, le facteur économique joue un rôle majeur sur l'accès à Internet à la maison. Lorsque le domicile est équipé d'un branchement à Internet, le jeune développe une véritable pratique, beaucoup plus importante en matière de fréquence et de durée d'utilisation que les autres contextes d'usage le permettent.

Sur le plan des contenus visités, les sites Web choisis par les jeunes sont intimement liés à leurs goûts et à leurs loisirs personnels (jeux, groupes de musique, vedettes de cinéma, humoristes, émissions de télévision, etc.). Les garçons et les filles se différencient sur le plan des préférences qui sont davantage orientées vers les sites de jeux, de sport et de musique chez les garçons et vers les sites de vedettes de cinéma ou de groupes de musique chez les filles.

La pratique d'Internet s'intègre assez rapidement à l'environnement culturel déjà établi; elle modifie peu le quotidien. Pour les jeunes, il s'agit moins d'une révolution (dans le sens d'une rupture) que d'une évolution importante et constante. La relation des jeunes avec les médias traditionnels (revues, radio, télévision, vidéo) a peu changé en ce qui a trait à la pratique, mais elle fait l'objet d'une réévaluation, parfois sévère (par exemple, les jeunes sont très nombreux à condamner le fait que la télévision leur impose ses programmes). Bien qu'ils déclarent qu'une pratique intensive d'Internet se ferait surtout aux dépens de la télévision, les jeunes consacrent toujours autant de temps à celle-ci, même s'ils ont un accès domestique à Internet. Internet et la télévision demeurent complémentaires et plusieurs des sites fréquentés sont dédiés à l'univers télévisuel. Seuls les moments de « télévision-tapisserie » (la télévision pour meubler un désœuvrement, sans objectif d'écoute précis) sont détournés au profit d'Internet. L'écoute de la musique (radio, enregistrement) aurait tendance à légèrement augmenter, car la musique peut se conjuguer avec la pratique d'Internet. Il importe de rappeler que le clivage actuel entre les jeunes qui sont familiers avec Internet et ceux qui ne le sont pas dépend principalement de l'accès domestique[41].

6.2 LE CLASSEMENT DES FILMS

La fonction de classement des films est l'une des plus anciennes exercées par la Régie du cinéma et ses prédécesseurs, soit le Bureau de surveillance du cinéma, le Bureau de censure du Québec et le Bureau de censure des vues animées, puisqu'elle remonte à 1913.

---

[40] Février 2001; enquête menée à Sherbrooke et Montréal auprès d'élèves de la 1ère à la 5e secondaire. Il s'agit du volet québécois d'un projet de recherche international dont la synthèse doit paraître à l'automne 2001.

[41] Ces données sur les habitudes et le comportement des jeunes face à Internet sont tirées de l'étude : « *Les jeunes Québécois et Internet* », par le MCCQ, mars 1999.

C'est aussi une des fonctions les plus universellement répandues, du moins dans les sociétés occidentales. Un survol des pratiques en la matière dans les neuf autres provinces canadiennes, aux États-Unis, en Australie et dans 15 pays européens, indique que cette fonction est exercée partout, sauf en Slovénie et dans la province de Terre-Neuve.

On note, depuis une décennie, une tendance à étendre la classification, originellement appliquée aux seuls films destinés aux salles de cinéma, à d'autres types de marchés, de produits audiovisuels ou de supports.

Ainsi, au Québec, en juin 1991, des modifications ont été apportées à la Loi sur le cinéma afin de soumettre également à l'examen et au classement les films sur vidéocassettes (ou sur tout support similaire) qui font l'objet d'une vente ou d'une location.

Les films sur support vidéocassette (ou autre support similaire) destinés à la vente ou à la location sont aussi examinés et soumis à une classification en Australie, en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, au Danemark, en Finlande, en Suisse et au Liechtenstein. En Australie et en Grande-Bretagne, le classement s'applique également aux jeux vidéo (computer games). De plus, dans certains pays, dont les États-Unis, le Canada et la France, les télédiffuseurs ont adopté des systèmes de classement des émissions inspirés de ceux en vigueur dans le secteur du cinéma.

La volonté d'exercer une surveillance du cinéma et de procéder au classement des films et du matériel vidéo semble donc être une préoccupation largement répandue dans les sociétés occidentales. Au Québec, elle a été réaffirmée par le législateur en 1991 : l'article 81 de la Loi sur le cinéma précise que cette surveillance vise à assurer « que le contenu du film ne porte pas atteinte à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, notamment en ce qu'il n'encourage ni ne soutient la violence sexuelle » et que ce classement doit être effectué « en vue de la protection de la jeunesse ».

Le classement a aussi pour fonction d'informer le public. En plus de classer les films par catégorie d'âges des spectateurs admissibles (« visa général », « 13 ans et plus », « 16 ans et plus » et « 18 ans et plus »), la Régie ajoute parfois des indications qui informent sur certains aspects du contenu (« violence », « érotisme », « horreur », « langage vulgaire », etc.). Ces classements et indications sont souvent repris par les télédiffuseurs de langue française, de même que par les guides-horaire de télévision, ce qui contribue à l'information d'un large public.

6.2.1 LE CLASSEMENT PAR UN ORGANISME PUBLIC, PAR L'INDUSTRIE OU PAR DES TIERS

Au Québec, le pouvoir de classer ou de refuser de classer un film est conféré à un organisme public faisant fonction de tribunal quasi judiciaire, la Régie du cinéma.

D'autres formules existent ailleurs où le pouvoir de classer peut être confié à l'industrie (auto-réglementation) ou à un gouvernement tiers. De plus, le pouvoir de l'organisme de réglementation se limite parfois à classer (il ne peut refuser de classer), ce qui autorise des pratiques de classement par défaut.

Nous présentons ci-après, de façon succincte, ces pratiques alternatives.

6.2.1.1 L'autoréglementation de l'industrie

La fonction de classement des films est exercée dans 24 des 26 territoires que nous avons inclus dans notre échantillon de recherche. Précisons qu'elle est exercée par l'État dans 22 de ces 24 territoires, car dans deux cas, les États-Unis et l'Allemagne, cette fonction est exercée par l'industrie elle-même (autoréglementation).

Nous mentionnons ce fait pour mémoire. Cette situation particulière prend racine dans l'histoire propre de ces deux industries cinématographiques nationales et y est facilitée, surtout aux États-Unis, par le fait que les distributeurs nationaux de ces pays sont en position de dominance quasi totale sur leur marché domestique, marché qui est pratiquement autosuffisant puisque la quasi-totalité de la fréquentation en salles va au cinéma américain.

6.2.1.2 Le classement 18 ans et plus par défaut

Dans certains pays, comme la Belgique, tous les films sont considérés comme relevant de la catégorie de classement la plus restrictive, à moins qu'ils n'obtiennent de la Commission de contrôle un visa en attestant autrement.

Cette façon de procéder peut alléger considérablement le volume annuel de titres à traiter par l'organisme chargé d'exercer le classement, puisque les distributeurs, s'ils sont disposés à accepter d'emblée un tel classement et à se conformer à la réglementation qui leur est applicable, ne sont pas astreints à soumettre les films pour lesquels ils prévoient le classement le plus restrictif.

6.2.1.3 La délégation de pouvoir à un gouvernement tiers

Au Canada, les gouvernements de certaines provinces ou des territoires ont mis en place des mesures de délégation complète ou partielle de leur pouvoir de classement à un organisme d'un gouvernement tiers.

Ainsi, par exemple :

- les Territoires du Nord-Ouest n'exercent pas eux-mêmes la fonction de classification des films présentés en public sur leur territoire, mais ont plutôt décidé d'appliquer les décisions en la matière de l'Alberta Film Classification Board;

- le Yukon n'exerce pas lui-même la fonction de classification des films présentés en public sur son territoire, mais a plutôt décidé d'appliquer les décisions en la matière de la British Columbia Film Classification;

- le premier octobre 1997, la Saskatchewan et la Colombie-Britannique ont conclu un accord en vertu duquel la British Columbia Film Classification procède à la classification des films destinés aux salles et des vidéos pour adultes distribués sur le territoire de la Saskatchewan;

- le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Île du Prince-Édouard ont mis conjointement sur pied la Commission cinématographique des Maritimes qui classifie les films distribués dans l'une ou l'autre ou à l'ensemble de ces trois provinces.

Ces mesures de délégation complète de pouvoir à un gouvernement tiers ou de partage de responsabilités entre divers gouvernements peuvent évidemment permettre des économies administratives importantes, tout en évitant à l'industrie la répétition/duplication des processus de classement. Elles ne sont toutefois possibles qu'entre gouvernements en situation de proximité géographique (pour des raisons pratiques évidentes) et de proximité en matière de valeurs et de culture. Le classement des films en fonction de diverses catégories d'âge et l'ajout d'indications servant à les caractériser, doivent en principe refléter le consensus social qui prévaut dans une société donnée à un moment donné. Seules des sociétés qui partagent des valeurs, une culture, des normes sociales et communautaires très semblables peuvent donc partager un système de classement commun.

Ainsi, la Suisse, état fédéral regroupant des provinces ou cantons de langues et de cultures différentes, confère le pouvoir de classement à ces provinces ou cantons afin d'éviter l'imposition d'un classement fédéral commun. De plus, en dépit de l'Union européenne – et des efforts soutenus d'harmonisation des politiques de soutien et de quotas européens applicables aux industries du cinéma et de la télévision qui en résultent –, les textes législatifs et dispositions réglementaires applicables en matière de surveillance du cinéma et de classement des films demeurent la prérogative de chacun des États nationaux et sont extrêmement variables d'un pays à l'autre.

Ainsi, certains pays n'ont que deux catégories de classement (mineurs/adultes), alors que la majorité en ont de 3 à 5; certains ont choisi d'établir une première tranche d'âge (au-delà du « pour tous ») à 6 ou 7 ans, d'autres à 9 ans, d'autres encore à 11 ou 12 ans, et ainsi de suite. Dans certains pays, l'organisme de surveillance ne fait que classer les films et laisse aux autorités judiciaires le soin d'intenter des poursuites pour « outrage aux bonnes mœurs » ou « obscénité », s'il y a lieu. Ailleurs, il peut interdire le film de sa propre initiative (comme la Régie du cinéma au Québec) ou encore son pouvoir peut se limiter à recommander au gouvernement « d'interdire en dehors de toute atteinte à la loi pénale la représentation d'un film donnant lieu à scandale ou de nature à compromettre la tranquillité et l'ordre public ». Dans certaines sociétés, on est particulièrement sensible à la violence, mais permissif à l'égard de la sexualité explicite; dans d'autres, c'est le contraire.

6.2.2 LE STATUT DES PERSONNES QUI EFFECTUENT LE CLASSEMENT

Il existe deux modèles « théoriques » principaux en ce qui a trait au statut des personnes qui effectuent le classement des films dans les différents pays et territoires que nous avons inclus dans notre échantillon de recherche :

- dans le premier cas de figure, les examinateurs sont des employés permanents de l'organisme responsable du classement, qui a la charge de les recruter et de les embaucher;

- dans le second, il s'agit de personnes nommées directement par le gouvernement en fonction de leurs compétences professionnelles ou de leur implication dans la communauté, pour des mandats généralement limités dans le temps.

Nous disons qu'il s'agit de modèles « théoriques », dans la mesure où dans nombre de cas le modèle effectif combine certaines caractéristiques de ces deux modèles.

Dans le cas de la Régie du cinéma, par exemple, le classement est effectué par onze examinateurs qui sont des employés permanents de la Régie et qui fonctionnent par paires régulièrement permutées. Ces personnes s'efforcent continuellement de suivre l'évolution du consensus social. Dans cette optique, en plus de considérer les habitudes de la population, elles suivent l'évolution de l'opinion publique et la réflexion sociale sur les sujets susceptibles de les éclairer dans leurs prises de décisions.

Sur certaines questions qui demandent des avis précis, la Régie fait également appel à des spécialistes. Ainsi, en octobre 2000, adoptant une formule analogue à celle déjà employée quelques années plus tôt, la Régie a formé un comité consultatif qui a pour mandat d'évaluer si, avec les outils dont elle dispose, elle assume correctement la protection de la jeunesse et de réfléchir à la place que devrait occuper la notion de consensus social dans l'attribution des classements.

En Grande-Bretagne, les examinateurs du British Board of Film Classification sont des employés permanents et l'on y voit un gage d'indépendance, car les décisions de classement sont ainsi à l'abri de l'influence des politiciens ou des groupes de pression, ce qui permet d'assurer un reflet plus fidèle et nuancé du consensus social. La consultation de groupes d'intérêt (composés soit de gens de l'industrie, soit de professionnels concernés par la protection de la jeunesse ou de l'ordre public) et des opérations menées directement avec le public permettent au British Board of Film Classification de tester ponctuellement l'adéquation entre ses décisions et le consensus social[42].

En Australie, le classement est effectué par des personnes nommées pour plusieurs années au sein de l'Office of Film and Literature Classification, un organisme relevant du gouvernement fédéral. Le personnel responsable du classement doit tenir compte des principes directeurs approuvés par les états membres de la fédération. Le Code national de classification stipule que les décisions du Classification Board doivent respecter les principes suivants : « adults should be able to read, hear and see what they want; minors should be protected from material likeley to harm or disturb them; everyone should be protected from exposure to unsolicited material that they find offensive »[43].

---

[42] Notons que le BBFC s'autofinance entièrement et ne reçoit aucune contribution financière du gouvernement britannique; ce qui est aussi perçu comme un gage d'indépendance.

[43] *Guidelines for the Classification of Films and Videotapes*, 1999.

Dans la majorité des pays européens, et c'est le cas aussi en Ontario, le modèle qui prévaut est celui d'une « commission » dont les membres sont nommés par le gouvernement pour des périodes limitées, généralement non renouvelables. En ce qui a trait aux qualités qui sont recherchées chez les membres de ces commissions, elles varient selon les pays :

- en Belgique, on insiste sur les compétences en matière de protection de la jeunesse, d'aide sociale et d'aide à la famille;

- en France, on combine représentants de différents ministères et du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), membres de la profession, experts (psychologues et sociologues) et jeunes. Ces personnes ont la possibilité de formuler des propositions de classification aux titulaires de la commission;

- en Italie, la commission est notamment composée d'un professeur de droit, d'un professeur de psychologie pour l'adolescence, d'une professeur de pédagogie, de deux experts en culture cinématographique et de quatre représentants des parents;

- au Danemark, les examinateurs sont nommés au ministère de la Justice pour une période de quatre ans non renouvelable. Le président doit remplir les conditions qui lui permettraient d'être juge, tandis que les autres membres doivent avoir un diplôme en éducation ou en psychologie ou, à travers leur expérience professionnelle, avoir acquis une vue particulière sur les problèmes d'enfants et de jeunes (un expert en psychiatrie infantile peut être engagé pour assister les examinateurs);

- en Finlande, la commission est formée de neuf membres désignés par le ministère de l'Éducation, dont le président-directeur du Valtion Elokuvatarkastamo (Office d'état chargé de la classification), un représentant du ministère de l'Éducation, un représentant du ministère des Finances et six examinateurs sélectionnés dans les rangs des éducateurs, sociologues, psychologues et experts du film. Sauf le président, qui est membre permanent, les autres examinateurs sont nommés pour une période de trois ans renouvelable une fois;

- en Ontario, les membres de la Commission de contrôle cinématographique sont surtout choisis en fonction de leur implication dans la communauté. Ils doivent provenir de différents horizons et avoir des antécédents divers. Leur mandat de deux ans est renouvelable une fois.

Quel que soit le modèle adopté, la plupart des organismes de classement, sinon tous, comportent également un comité d'appel dont le rôle primordial est de réviser les classements attribués lorsque la maison de distribution est en désaccord avec les décisions rendues.

6.2.3 LA PERCEPTION DU CLASSEMENT EFFECTUÉ PAR LA RÉGIE DU CINÉMA

À notre connaissance, le classement des films, tel qu'il est actuellement réalisé par les examinateurs de la Régie du cinéma, ne fait pas l'objet de controverses majeures dans les médias et ne soulève pas de contestations fréquentes ou concertées de la part de segments importants de la population québécoise.

En outre, si l'on se fie au nombre de demandes de révision des décisions de classement qui sont déposées, sur une base annuelle, par les distributeurs, il ne semble pas non plus qu'il y ait une remise en cause importante, de la part de l'industrie, des décisions actuellement rendues en matière de classement par la Régie.

En effet, comme l'indique le tableau 6/9, seulement 20 demandes de révision ont été déposées en vertu de l'article 149 de la Loi sur le cinéma au cours des cinq dernières années, soit quatre par année en moyenne. Ce qui représente une infime proportion des décisions de classement rendues.

Tableau 6/9
Demandes de révision des décisions de classement en première instance
(1995-1996 / 1998-1999)

	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-01	Total
Nombre de demandes	6	1	4	4	5	20
Décisions maintenues	2	1	2	2	3	10
Décisions révisées	4	-	2	2	2	10
En %	66,66	-	50,00	50,00	40,00	50,00

Source : Rapports annuels de la Régie du cinéma.

S'il y a si peu de demandes de révision, ce n'est pas parce qu'elles sont jugées inutiles par l'industrie ou parce que la Régie se montre intransigeante, car des modifications aux décisions de première instance ont été apportées dans la moitié des cas.

7 LA CONSERVATION DU PATRIMOINE

7.1 LES INSTITUTIONS DE CONSERVATION

En matière de conservation du patrimoine cinématographique et télévisuel québécois, il existe deux grandes institutions : la Cinémathèque québécoise et les Archives nationales du Québec.

7.1.1 LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE

La Cinémathèque dispose d'équipements spécialisés, dont des entrepôts de conservation, à température et humidité contrôlées, situés à Boucherville, des salles de projection (pellicule et électronique), des salles d'exposition et la Médiathèque, toutes situées au centre-ville de Montréal.

- Enrichissement et conservation des collections

La fonction d'acquisition/conservation des films (au sens générique de la Loi sur le cinéma) est au cœur de la mission de la Cinémathèque québécoise. Ces films sont principalement des productions cinématographiques, vidéographiques et télévisuelles québécoises. L'institution est également ouverte au patrimoine cinématographique mondial et, notamment, sur le cinéma d'animation.

Depuis 1984, l'enrichissement des collections de films de la Cinémathèque a connu l'évolution suivante :

Tableau 7/1
Enrichissement des collections de films de la Cinémathèque québécoise depuis 1984-1985

Année	Longs métrages	Courts métrages	Séries télévisées	Vidéogrammes	Total
1984-1985	817	708	5	182	1712
1985-1986	1091	490	21	-	1 602
1986-1987	1 412	950	20	-	2 382
1987-1988	540	260	30	55	885
1988-1989	418	634	27	-	1 079
1989-1990	478	442	21	-	941
1990-1991	378	286	32	-	696
1991-1992	260	385	40	265	950
1992-1993	444	395	58	271	1 168
1993-1994	687	2 940	118	245	3 990
1994-1995	168	2 015	-	1 015	3 198
1995-1996	332	340	-	202	874
1996-1997	281	709	-	246	1 236
1997-1998	270	615	-	448	1 333
1998-1999	373	257	-	108	738
1999-2000	393	573	-	349	1 315
TOTAL	**8 342**	**11 999**	**372**	**3 386**	**24 099**

Source : Rapports annuels de la Cinémathèque québécoise.

Note : Ne comprend pas les éléments de tirage originaux (ou bandes maîtresses) de films et séries télévisées, les chutes et certains dépôts massifs (provenant des Archives nationales du Canada ou de la Cinémathèque de la Ville de Montréal) qui n'ont pu être triés dans l'année du dépôt. Le total porte sur les nouvelles acquisitions depuis 1984-1985 et non sur les collections complètes de la Cinémathèque.

Les collections de films de la Cinémathèque se sont donc enrichies de plus de 24 000 titres, dont environ 8 300 longs métrages, 12 000 courts métrages, 375 séries télévisées et 3 400 vidéogrammes.

Il est important de noter toutefois que très peu de ces films ont été acquis aux frais de la Cinémathèque. L'enrichissement des collections de films repose principalement sur des dépôts et des dons faits par des réalisateurs, des producteurs, des distributeurs et des diffuseurs, des collections privées, des organismes publics, y compris des gouvernements étrangers, ainsi que sur des échanges avec d'autres cinémathèques à travers le monde.

En ce qui a trait plus particulièrement à l'acquisition, aux frais de la Cinémathèque, de copies de conservation de films québécois en vertu des dispositions de la Loi sur le cinéma, c'est-à-dire de copies tirées à partir du négatif original et débarrassées au maximum de tout résidu d'hyposulfite, ces copies ne sont pas destinées aux projections courantes, mais visent à préserver l'œuvre dans son intégralité pour les générations futures. Ces types d'acquisition ont connu l'évolution suivante :

Tableau 7/2
Acquisition par la Cinémathèque de copies de conservation de films québécois en vertu de la Loi sur le cinéma depuis 1984-1985

1984-1985	18 lms 62 cms	1990-1991	31 lms 34 cms	1996-1997	-
1985-1986	31 lms 27 cms	1991-1992	38 lms 39 cms	1997-1998	-
1986-1987	51 lms 39 cms	1992-1993	33 lms 11 cms	1998-1999	-
1987-1988	21 lms 17 cms	1993-1994	3 lms	1999-2000	-
1988-1989	28 lms 17 cms	1994-1995	-		
1989-1990	34 lms 36 cms	1995-1996	-	TOTAL	288 lms 265 cms

Entre 1984-1985 et 1993-1994, la Cinémathèque a acquis 288 longs métrages et 265 courts métrages québécois. Par la suite, elle a dû affecter les budgets qu'elle consacrait à cette activité à son fonctionnement général.

Ainsi, depuis 1995, la Cinémathèque n'a donc acquis aucune copie de conservation de films québécois, faute de ressources financières adéquates. Or, cette suspension des acquisitions, qui devait être temporaire, se prolonge : le retard cumulatif s'accroît.

Rappelons que lors de l'adoption de la Loi sur le cinéma, en 1983, la possibilité d'établir une obligation de dépôt légal d'une copie de conservation à la Cinémathèque de tous les longs métrages de fiction québécois avait été envisagée, mais n'avait finalement pas été retenue par crainte de faire peser un trop lourd fardeau sur les petits producteurs.

Mise en valeur du patrimoine et diffusion de la culture cinématographique

La Cinémathèque remplit une fonction de présentation au public et de mise en valeur du patrimoine qu'elle conserve, à travers ses projections et expositions régulières, de même qu'à travers sa participation à l'organisation de grandes rétrospectives ou de cycles de projections consacrés au cinéma et aux cinéastes québécois et canadiens, ici et à l'étranger.

Depuis 1984, la Cinémathèque présente dans ses salles, chaque année, outre ses séances hebdomadaires régulières consacrées au cinéma québécois et au cinéma d'animation, des cycles, rétrospectives ou expositions consacrés à des créateurs d'ici. Ces événements sont souvent repris ailleurs au Québec et dans le monde.

Année	Principaux cycles, expositions et rétrospectives
1984-1985	Exposition Claude Jutra Hommage à Guy Borremans 25 ans de cinéma francophone à l'ONF
1985-1986	Exposition Jean-Claude Labrecque Hommage au cinéma documentaire québécois (présenté à Bilbao)
1986-1987	Les cinéastes s'exposent (90 œuvres picturales de 30 cinéastes québécois) Michel Brault, Photographe (exposition) Hommage à Norman McLaren
1987-1988	Adaptons-nous! (Cycle en hommage au dixième anniversaire de l'Union des écrivains québécois) Rétrospective Claude Jutra (50 films et une exposition) Exposition : Portraits de cinéastes québécois (renouvelée chaque année dans le cadre des Rendez-vous du cinéma québécois)
1988-1989	Révolution tranquille (cycle de 22 films sur le sujet) Hommage à Patrick Straram Le cinéma québécois des années 1980 Exposition : 25 ans d'animation française à Radio-Canada Exposition : Portraits de cinéastes
1989-1990	Pierre Lamy : 30 ans de production Rhombus : 10 ans en musique Exposition Claude Jutra présentée à Lyon Exposition : Portraits de cinéastes québécois
1990-1991	Hommage à Davis Cronenberg Rétrospective Claude Jutra présentée à Paris Exposition : Portraits de cinéastes québécois
1991-1992	Hommage à Pierre Perreault Speak White (exposition autour du film de Falardeau et Poulin) Exposition : Portraits de cinéastes québécois Renaissance du cinéma d'auteur canadien-anglais
1992-1993	Montréal, ville de cinéma Hommage à Maurice Bulbulian Les 100 films préférés de *Voir* Rétrospective complète des films de John N. Smith Rétrospective et exposition en hommage au cinéaste montréalais Derek May Exposition : Portraits de cinéastes québécois L'exposition Profil des années 50 (exposition du photographe de plateau Roméo Gariépy) est présentée à Saint-Jean-sur-Richelieu et Drummondville
1993-1994	Concordia : 20 ans de cinéma Exposition : Vues panoramiques (portraits de cinéastes par le photographe montréalais Daniel Kieffer) L'exposition Profil des années 50 est présentée à Québec, St-Hyacinthe, Jonquière

1994-1995	Geneviève Bujold et ses personnages Les 25 ans du STCVQ. Cycle de 14 films québécois et exposition : Le cinéma, un métier (Les techniciens vus par les photographes de plateau) L'exposition Profil des années 50 est présentée à Val d'Or, Mont-Laurier, Chateauguay et Dorval
1995-1996	Richard Lavoie... illimité (rétrospective exhaustive) Derrière l'autre caméra (exposition de photos de Pierre Mignot) Lumière sur la projection : de la lanterne magique à IMAX L'exposition Profil des années 50 est présentée à Montréal puis à Sorel
1996-1997	Les activités de projection publique et d'exposition sont suspendues durant presque toute l'année en raison des travaux de construction et de réaménagement. Des activités limitées sont organisées hors les murs. Écran indépendant (programme de films et de vidéos indépendants québécois et canadiens présenté au Goethe Institut et au Cinéma de l'ONF) Du côté de Trinôme (cycle hommage à cette maison québécoise spécialisée dans la production d'émissions pour enfants)
1997-1998	Rétrospective Jacques Godbout TQS : 10 ans déjà Retrospective Moses Znaimer La télévision française de l'Ontario fête ses dix ans ARRQ : 25 ans (cycle de 35 films québécois réalisés par les membres de l'ARRQ) Visages du petit écran (Exposition de photos du photographe de plateau André Le Coz) Frédéric Back, les dessins d'une vie (exposition et projections) Écran indépendant (programme de films et vidéos indépendants québécois et canadiens)
1998-1999	Hommage à Gilles Carle (rétrospective complète) Rétrospective Robert Morin (vidéos) Écran indépendant (programme de films et vidéos indépendants québécois et canadiens) Hommage à Francine Desbiens et Suzanne Gervais Le cinéma québécois s'affiche (exposition d'affiches de films québécois)
1999-2000	Hommage au Vidéographe Rétrospective Marcel Dubé Cycles hommages à Pierre Perreault, Claude Gagnon, René Jodoin, James Dormeyer, Louis Bélanger, Jean-Louis Millette, Ludmilla Chiriaeff, Joyce Wieland... Magie du réel (exposition de photographies de l'œuvre de Pierre Perreault) Écran indépendant (programme de films et vidéos indépendants québécois et canadiens)

Sources : Rapports annuels de la Cinémathèque québécoise.

Enfin, la Cinémathèque québécoise joue un rôle important dans la diffusion de la culture cinématographique au Québec, par le biais de la diffusion régulière d'œuvres cinématographiques et télévisuelles de toute provenance dans ses salles de projection.

La Cinémathèque a également accueilli dans ses locaux et salles de projection, au fil des ans, plusieurs festivals et manifestations cinématographiques qui contribuent à l'animation du milieu et au dynamisme de la vie culturelle.

7.1.2 LES ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC

En matière de production cinématographique et télévisuelle, les Archives nationales du Québec jouent un rôle complémentaire à celui de la Cinémathèque québécoise, quoique plus limité.

Ce rôle de conservation et de diffusion est quelque peu différent, puisque les Archives ne disposent pas de salles de projection où l'on présente une programmation régulière. La majorité

de ces productions sont accessibles en salle de consultation sur support vidéo, et les copies des films peuvent être utilisées occasionnellement lors de projections spéciales, par exemple lors de festivals et de rétrospectives.

Les Archives nationales du Québec conservent principalement les productions audiovisuelles produites par les ministères et organismes gouvernementaux, qui sont majoritairement libres de droits (tous les droits appartiennent à l'État). Elles conservent ainsi des films qui ont été produits ou entièrement commandités par l'Office du film du Québec, la Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel (DGCA), la Direction générale des moyens d'enseignement (DGME) et Radio-Québec. Plusieurs de ces réalisations datent des années soixante-dix et sont signées Carle, Dansereau, Fournier, Labrecque, Lamothe, Lavoie, Vézina, etc.

Des documentaires et des films familiaux sont aussi conservés et mis à la disposition du public aux Archives nationales. C'est le cas des fonds d'archives privées Maurice Proulx, Albert Tessier, Jos.-D. Bégin et Herménégilde Lavoie.

Les réutilisations d'images de ces productions audiovisuelles sont particulièrement importantes pour les réalisateurs et producteurs de nouveaux documents à contenu historique. Plusieurs de ces œuvres ont été intégrées au montage d'émissions comme *Les images de l'abbé Proulx, le présent du passé*.

7.2 LA CONSERVATION PAR LES ENTREPRISES

Outre les institutions de conservation, certaines entreprises (essentiellement des diffuseurs) ont des politiques de conservation concertées en vigueur depuis les années 1980, dans la plupart des cas.

7.2.1 LA CONSERVATION PAR LES DIFFUSEURS

Il a fallu un certain temps pour que les télédiffuseurs réalisent l'importance de conserver et d'archiver leurs productions. À ses débuts, on percevait la télévision comme un art éphémère sans réaliser le potentiel de rediffusion, à court, moyen ou long terme, d'émissions souvent réalisées et diffusées en direct. Par ailleurs, les rubans de deux pouces étant très dispendieux, on choisissait fréquemment, pour des raisons économiques, de les effacer et de les réutiliser.

– Société Radio-Canada (réseau français)

Ainsi, au cours de la période 1952-1974, beaucoup de productions de la SRC réalisées sur rubans magnétoscopiques ont été effacées. Les émissions réalisées sur support film (16 mm) ont cependant été conservées; cela représente une masse importante de documents (environ 97 000 boîtes de films) à forte valeur archivistique, que la SRC a en partie déposés à la Cinémathèque québécoise, il y a quelques années.

Pendant la période 1974-1986, dominée par la production sur support vidéo, on a encore beaucoup effacé, mais moins qu'au cours de la période précédente. Il existe néanmoins de très importantes lacunes dans les collections.

Ce n'est qu'à partir de 1986-1987 qu'on a commencé à prendre conscience de la valeur à la fois patrimoniale et commerciale d'une réutilisation des œuvres du passé, à la faveur notamment de la préparation des fêtes du 35ième anniversaire de Radio-Canada et de l'apparition de la télévision spécialisée. On a alors décrété un moratoire interdisant l'effacement et mis sur pied un comité de travail ayant pour mandat d'assurer la gestion des productions internes, de façon à garantir la capacité de réutilisation de ces productions.

Il existe, depuis 1988, une politique de conservation à la SRC.

– Le Réseau TVA

Dans le cas de Télé-Métropole, on constate une situation semblable mais encore plus accentuée. Le bilan de la période 1961-1975 est simple : il n'en reste presque plus rien, puisque la quasi-totalité de ce qui était sur support vidéo a été effacée, en raison d'une réutilisation systématique des rubans. À partir du milieu des années 1970, la pratique de l'effacement systématique a commencé à s'estomper, même s'il n'y a pas eu de politique officielle de conservation avant 1985. Ce sont les services de production qui prenaient la décision de conserver ou d'effacer; selon ces décisions, il reste plus ou moins d'épisodes de séries dramatiques comme *Les Berger*, *Symphorien*, *Les Brillant*, *Le Clan Beaulieu* ou *Les Moineau et les Pinson*.

Depuis 1985, l'entreprise dispose d'une politique de conservation qui a permis de conserver dans leur intégralité toutes les séries dramatiques produites à l'interne ainsi que des échantillons représentatifs d'autres types de productions (émissions-causerie, magazines, variétés, jeux...).

– Radio-Québec/Télé-Québec

Radio-Québec étant arrivée plus tard dans le paysage télévisuel, elle s'est dotée d'entrée de jeu d'une politique de conservation de sa production interne :

- par échantillonnage, dans le cas des émissions dites d'intérêt éphémère (émissions de services, magazines d'actualité, jeux-questionnaires, etc.);
- par collection complète, dans le cas des émissions dites d'intérêt permanent (documentaires, dramatiques, affaires publiques, émissions pour enfants, etc.)

En 1983, au moment de l'adoption de la Loi des Archives nationales du Québec, l'ensemble des archives audiovisuelles de Radio-Québec de la période 1974-1983 ont été déposées auprès de cette institution.

Depuis 1983, toutefois, aucun autre dépôt n'a été effectué. D'une part, parce que les Archives nationales ont indiqué qu'elles souhaitaient recevoir du matériel libre de tout droit, ce qui, en vertu des ententes avec les auteurs, créateurs et artistes-interprètes, pouvait difficilement s'appliquer à la production télévisuelle courante. D'autre part, parce qu'il n'était pas facile d'avoir accès au matériel déposé aux Archives aux fins de rediffusion, ou de réutilisation dans le cadre de nouvelles productions. Télé-Québec et les Archives nationales en sont arrivées à un accord selon lequel les Archives nationales délèguent à la Société la responsabilité de décider de la date du versement de ses émissions. Par ce changement, Télé-Québec peut conserver ses documents aussi longtemps que nécessaire.

Depuis la révision de la loi constitutive et de la mission de Télé-Québec, en 1996, une part de plus en plus modeste des émissions québécoises diffusées par Télé-Québec (surtout des émissions d'information ou d'affaires publiques) sont produites à l'interne.

– TQS et services spécialisés ou de télévision payante

Dans le cas de TQS et de la majorité des services spécialisés ou de télévision payante de langue française (Canal D, Canal Famille, Canal Vie, Historia, Séries+, Super Écran, Télétoon, TV5, Z, etc.), ce sont des producteurs indépendants (et des producteurs affiliés, dans le cas de TQS) qui réalisent les émissions dramatiques, les émissions pour enfants, les documentaires et magazines, les vidéoclips, les émissions musicales et de variétés, etc., destinés à ces services. Il n'y a donc pas eu nécessité d'élaborer une politique de conservation de la production interne touchant ces catégories d'émissions. Cette situation accroît d'autant la responsabilité des producteurs indépendants.

7.2.2 LA CONSERVATION PAR LES PRODUCTEURS INDÉPENDANTS

Les maisons de production indépendantes n'ont pas la pérennité des télédiffuseurs et ne comportent pas de structures administratives permanentes d'ampleur comparable, surtout lorsqu'on remonte dans le temps.

Plusieurs des entreprises de production indépendantes des années 50, 60 et 70, voire 80 sont disparues avec leurs fondateurs; d'autres subsistent mais n'ont ni les ressources financières ni l'expertise pour conserver dans de bonnes conditions des œuvres sur support film ou vidéo, etc. Il y a donc d'importantes lacunes à cet égard, et c'est une des raisons pour lesquelles la Cinémathèque québécoise s'est donnée comme mission de conserver en priorité les œuvres cinématographiques et télévisuelles produites par des entreprises indépendantes.

Aujourd'hui, les producteurs, tout comme les diffuseurs, sont beaucoup plus conscients de la valeur patrimoniale et commerciale de leurs productions. Les grandes entreprises ont une politique de conservation et parfois même de numérisation et d'archivage. Mais il reste que, globalement, en raison de la dissémination de l'industrie en une multitude d'entreprises de toute taille, ayant une existence plus ou moins longue, il n'y a pas de démarche structurée de conservation couvrant l'ensemble du secteur et élaborée par les entreprises elles-mêmes, comme c'est aujourd'hui le cas pour la production interne des diffuseurs.

8 LE DOUBLAGE ET LES INDUSTRIES TECHNIQUES

8.1 LE PORTRAIT DE L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE

8.1.1 HISTORIQUE DE LA PROBLÉMATIQUE

8.1.1.1 L'article 83 de la Loi sur le cinéma[44]

En **1975,** l'Assemblée nationale vote la Loi sur le cinéma dans laquelle se trouve l'ancêtre de l'article 83. Cet article stipule que tous les films qui sont destinés à être distribués dans une langue autre que le français doivent être doublés ou sous-titrés en français au Québec, sauf dans le cas d'ententes spéciales. Cette mesure n'a jamais été promulguée.

Sept ans plus tard, en **1982**, la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel définit les modalités d'application de l'article 83, soit les conditions d'obtention d'un visa pour un film dans une langue autre que le français afin de freiner le recul du français dans les salles de cinéma.

La nouvelle Loi sur le cinéma est sanctionnée en **1983** par l'Assemblée nationale du Québec. L'article 83 s'articule autour de trois paragraphes :

1. *si une version autre qu'en français est présentée avec une copie sous-titrée ou doublée en français, la Régie du cinéma appose un visa sur autant de copies sous-titrées ou doublées en français que de copies en version autre qu'en français;*

2. *si seule une version autre qu'en français est présentée, mais que le doublage ou le sous-titrage en français du film se fait au Québec, la Régie appose un visa sur les copies présentées en version autre qu'en français;*

3. *si seule une version autre qu'en français est présentée, la Régie appose un visa temporaire d'une durée maximale de 60 jours sur les copies présentées en version autre qu'en français.*

Cet article est mis en application en octobre **1985**.

Deux ans après la mise en application, en **1987**, les résultats observés ne sont pas considérés satisfaisants. Par exemple : *Star Trek* dont cinq copies sont distribuées en VOA n'a pas été doublé; *E.T.* met un an avant d'être projeté en français. Certains films à succès ont été sous-titrés pour répondre aux exigences de la loi sans que les copies sous-titrées soient nécessairement exploitées. Au cours de l'été 1987, les écrans de la capitale sont inondés de films en VOA.

En novembre de la même année, l'Institut québécois du cinéma alerte la ministre des Affaires culturelles dans un avis concernant les projets de règlements de la Loi sur le cinéma : « (...) il faut trouver des modalités de resserrement de la Loi pour que ceux qui s'en servent comme un échappatoire ne puissent plus le faire ». Les statistiques de la Régie du cinéma confirment que la diversité de l'offre se rétrécit considérablement depuis dix ans et qu'il y a un net recul du français à l'écran.

---

[44] Texte tiré de « *Le français au grand écran au Québec* » réalisé par la SODEC.

Puis, en décembre **1987**, l'Assemblée nationale vote le projet de **loi 59** à l'unanimité, qui modifie notamment l'article 83. Cette législation, plus contraignante, vise à permettre aux francophones d'avoir accès au cinéma international dans leur langue, et cela, dans un délai raisonnable après la sortie du film dans une autre langue sur les écrans québécois.

L'article 83 modifié se lit comme suit :

1. *si une version autre qu'en français est présentée avec une copie doublée en français, la Régie appose un visa sur autant de copies doublées en français que de copies en version autre qu'en français; sauf dans les cas et aux conditions déterminés par règlement du gouvernement, la personne qui demande le visa doit s'engager auprès de la Régie à exploiter simultanément les copies doublées en français;*

2. *si seule existe une version autre qu'en français et que la personne qui demande le visa dépose à la Régie un contrat assurant le doublage en français du film au Québec et la preuve de la remise des éléments de doublage auprès de la personne qui en est chargée, la Régie appose un visa temporaire sur le nombre de copies, pour la durée et suivant les autres conditions déterminées par règlement du gouvernement;*

3. *si la personne qui demande le visa établit que seule existe une version autre qu'en français, un visa temporaire est apposé par la Régie sur une seule copie pour la durée et suivant les autres conditions déterminées par règlement du gouvernement.*

À peine adoptée, la loi est rapidement contestée par différents acteurs de l'industrie cinématographique.

En mai **1988**, la ministre Bacon accepte de surseoir à l'application de l'article 83 et décrète un moratoire d'une période de cinq mois. Les distributeurs s'engagent à respecter davantage l'esprit de la loi précédente.

Au terme de ces cinq mois, en octobre **1988**, et à la demande de la ministre, l'Institut québécois du cinéma présente un rapport sur la situation. L'Institut observe déjà qu'un plus grand nombre de films francophones sont portés à l'écran, mais suggère de poursuivre l'observation pendant un an pour tirer des conclusions significatives. La ministre accepte de prolonger le moratoire.

En juin **1989**, l'Institut remet à la ministre un rapport sur la situation du français dans les salles qui couvre la période s'étendant entre mai 1988 et mai 1989. On peut voir que des efforts ont été faits par l'industrie pour produire davantage de versions françaises, dans de meilleurs délais et en un plus grand nombre de copies.

L'Institut soumet un avis à la ministre en **1990**.

Au cours de cette année, l'Institut réitère les objectifs poursuivis en 1987, soit d'augmenter le choix de films en français et de favoriser une sortie plus rapide des versions françaises sur les écrans, tout en respectant les autres communautés culturelles et linguistiques, la communauté anglophone en particulier.

Deux types d'actions sont favorisées :

a) augmenter le nombre de films en version originale française, ce qui veut dire importer plus de films en VOF, de la France principalement, ou produire plus de films québécois et les offrir en plusieurs copies;

b) obtenir que plus de films en langue étrangère soient accessibles en français, en version doublée ou en version originale sous-titrée.

Les auteurs du rapport proposent :

a) la modification de l'article 83 de la Loi sur le cinéma, qui se lisait comme suit :

- *reconduire les deux premiers paragraphes tel qu'ils apparaissent dans la loi 59 (voir page précédente);*
- *développer un troisième volet à l'article 83 qui réglemente les autres cas où la version doublée d'un film n'existe pas:*
  - *lorsque cinq copies et moins d'un film sont présentées dans une langue autre que le français, les visas sont accordés avec une limite de 60 jours d'exploitation;*
  - *lorsque plus de cinq copies d'un film sont présentées dans une langue autre que le français: les visas sont accordés avec une limite de 45 jours d'exploitation;*
  - *les copies sous-titrées en français n'ont pas de limite d'exploitation;*

b) l'appui financier au doublage et au sous-titrage des films;

c) l'institutionnalisation du suivi de la situation du français au grand écran;

d) l'augmentation du nombre de copies en VF, mais aussi en VOF (on recommande notamment de faire du programme d'aide à la diffusion régionale de la SOGIC un instrument stratégique de la politique du français à l'écran).

Le 20 juin **1991**, l'Assemblée nationale vote le projet de loi 117, qui amende l'article 83 de la Loi sur le cinéma. Cette loi permet d'accroître le nombre de films et de copies de films en français et d'accélérer la sortie des versions françaises, tout en maintenant et garantissant l'accès aux films en version originale.

L'article 83, modifié à nouveau, établit désormais les règles suivantes :

1. *il peut être délivré au maximum, pour des copies d'une version, le même nombre de visas que le requérant en demande pour des copies d'une version doublée en français du film, à la condition que ces dernières soient rendues disponibles pour les exploitants de lieux de présentation de film en public en même temps que les premières;*

2. *un visa peut être délivré pour toute copie sous-titrée en français;*

3. *un visa peut être délivré pour autant de copies qu'il en est demandé, à la condition que le requérant dépose à la Régie avec la demande un contrat assurant, dans un délai que celle-ci juge raisonnable, le doublage en français du film au Québec de même que la preuve de la remise des éléments requis pour l'exécution de ce contrat à la personne qui en est chargée;*

4. *un visa temporaire peut-être délivré, s'il n'existe aucune version doublée en français du film au moment du dépôt de la demande.*

La durée du visa temporaire est de 45 jours à compter de la date de la première présentation du film en public pour des fins commerciales et il peut être délivré pour autant de copies qu'il en est demandé, à moins que le gouvernement, par règlement, ne fixe une durée moindre ou qu'il ne détermine le nombre maximum de copies pour lequel il peut être délivré.

Il ne peut être délivré de visa en vertu du paragraphe 3 du premier alinéa pour une copie d'un film à l'égard duquel un visa temporaire a été délivré.

Après l'expiration de visas temporaires, il ne peut être délivré de visa que pour une copie du film, à moins d'obtenir un visa en vertu des paragraphes 1 ou 2 du premier alinéa.

Les grandes étapes du débat sur le doublage

Cette section est en grande partie une adaptation du document « Un dossier complexe », élaboré par des membres de l'Union des artistes (UDA).

Pour comprendre l'histoire du doublage au Québec, il est important de suivre l'évolution des relations avec la France dans ce domaine, cette dernière étant le grand compétiteur de l'industrie québécoise. De la même manière, il faut souligner les ententes et discussions qui ont eu lieu entre les gouvernements, les représentants de l'industrie québécoise (principalement l'UDA et l'Association québécoise des industries techniques du cinéma et de la télévision, AQITCT) et les représentants de l'industrie américaine. L'historique ci-après fournit certains éléments ayant trait aux productions télévisuelles qui ne peuvent être dissociés de la situation de l'industrie du doublage au Québec.

En **1961**, la France adoptait un décret restreignant l'obtention d'un visa d'exploitation en salles pour les films doublés en français aux seuls films entièrement doublés sur le territoire français. Cette mesure empêchait donc les films doublés au Québec d'être distribués en France.

Dès **1965**, le gouvernement du Québec réagit à l'établissement du décret français et signe un accord de coopération culturelle avec la France, accord qui prévoit notamment le développement d'échanges en matière de cinéma. Le Québec réclame alors un assouplissement du décret français qui permettrait l'accès en France des films doublés au Québec.

Comme nous l'avons vu , c'est en **1975** que le gouvernement du Québec a adopté la Loi sur le cinéma, qui s'inspirait, dans une certaine mesure, de la loi votée en France dès 1947, dans la foulée du plan Marshall, et qui obligeait le doublage en français des films étrangers distribués sur le territoire français.

En **1977**, douze ans après la signature de l'accord de coopération culturelle entre la France et le Québec, un accord sur la question du doublage se dessine. Toutefois, les représentations du Syndicat français des acteurs et des représentants de l'industrie du doublage réussissent à l'empêcher.

En **1986**, un an après la mise en application de l'article 83 de la Loi, la ministre des Affaires culturelles, M^{me} Lise Bacon, signe une entente avec le président de la Motion Picture Association of America, M. Jack Valenti. Cette entente confirme aux Américains leur droit de distribuer leurs films au Québec, pour autant qu'ils en détiennent les droits internationaux ou qu'ils en aient assumé 50 % des coûts de production. Les distributeurs américains deviennent ainsi officiellement des décideurs majeurs dans la vitalité de l'industrie du doublage au Québec. Rappelons-nous que la France doit composer avec une obligation de doubler ses films sur le territoire français alors que la loi québécoise n'est pas contraignante à ce chapitre.

En **1987**, la ministre Lise Bacon convainc son homologue français de créer le comité mixte sur la coopération cinématographique et audiovisuelle ayant comme mandat de régler le contentieux du doublage. Cependant, malgré une recommandation unanime du Comité à l'effet que les films canadiens doublés au Québec puissent être exploités en France sans restriction et en dépit d'une ouverture de 20 % du marché français aux films étrangers doublés au Québec, le milieu français du doublage se mobilise. La Chambre syndicale du doublage déclenche une grève illimitée qui dure huit jours. L'entente est compromise.

L'UDA et l'AQITCT dénoncent alors la position des professionnels français du doublage et réclament la poursuite des négociations entre le Québec et la France ainsi que l'adoption d'une loi canadienne protégeant le marché du doublage. L'UDA demande en outre au CRTC un quota de 60 % pour le doublage d'émissions étrangères diffusées sur les ondes canadiennes.

En **1988**, la ministre fédérale des Communications crée un comité Canada-France chargé de soumettre des recommandations permettant de réduire et d'éliminer éventuellement les mesures qui bloquent l'accès au marché français des films et émissions doublés au Canada.

Au Québec, une étude du groupe SECOR trace un portrait de l'industrie québécoise du doublage et de ses options de développement. Le décret français est clairement perçu comme un obstacle structurel majeur. D'après cette étude, environ 20 % du doublage français est destiné uniquement au marché québécois. On évalue alors à 30 millions de dollars le manque à gagner de l'industrie québécoise du doublage.,

Le Syndicat français des acteurs (SFA) et l'UDA signent un accord sur le doublage qui permet « l'ouverture de nos marchés du doublage et ce, dans la mesure où la survie de nos professions est assurée ». Cependant, réunis en assemblée générale, les quatre syndicats français refont

l'unité et s'opposent à la remise en cause des quotas d'émissions de télédoublées au Québec. L'entente échoue.

L'année suivante, en **1989**, le nouveau ministre français de la Culture annonce qu'il modifiera le décret français afin d'autoriser l'exploitation en France des films canadiens de langue anglaise doublés au Québec. Il ne consent toutefois pas d'ouverture en ce qui a trait aux films des pays tiers, notamment américains.

L'Institut québécois du cinéma publie une étude sur l'article 83 de la Loi sur le cinéma qui démontre la rentabilité, pour les distributeurs de films et les exploitants de salles, du doublage au Québec et de l'accroissement du nombre de copies françaises circulant au Québec. Cependant, l'UDA et l'AQITCT dénoncent l'envahissement de nos ondes par les produits doublés en France et l'offensive antiquébécoise des comédiens français qui a suivi l'annonce d'un début d'ouverture du marché français aux produits doublés chez nous.

En **1990**, la société Astral Bellevue-Pathé signe une entente avec la filiale canadienne de la Warner Brothers pour le doublage de longs métrages américains.

L'année suivante, en **1991**, un sondage Léger et Léger est commandé par l'UDA et l'AQITCT pour évaluer les perceptions des Québécois à l'égard du doublage de films. Près des deux tiers des Québécois attendent la sortie de la version française d'un film; ils sont insatisfaits des doublages réalisés en France et préfèrent les films doublés au Québec ; la majorité d'entre eux veut que la version française d'un film soit disponible en même temps que la version originale anglaise et souhaite l'imposition d'un quota de 60 % pour le doublage de films étrangers au Québec.

De **1992** à **1996**, l'industrie québécoise du doublage connaît un essor important. La proportion de films américains prenant l'affiche au Québec et doublés ici passe du tiers à plus de la moitié. Toutefois, le doublage de séries télévisées échappe désormais presque complètement au Québec et, à la fin de 1996, le milieu note une diminution du nombre de films américains à doubler.

En février **1997**, la ministre de la Culture et des Communications, M^me^ Louise Beaudoin, réagit à cette baisse et déclare : « *Ou bien les Français ouvrent leur marché ou bien on ferme le nôtre. La notion de réciprocité doit exister* ». Elle confie au président de la SODEC le mandat d'étudier l'ensemble du dossier du doublage.

En août, on dépose le rapport « L'industrie du doublage : consolidation et nouveaux marchés », dans lequel on recommande notamment de renoncer à l'adoption d'une loi-miroir et de créer un crédit d'impôt de 15 % destiné aux entreprises québécoises du doublage.

En décembre, Québec annonce la mise en place d'un crédit d'impôt destiné aux entreprises du secteur du doublage, crédit d'impôt qui sera appliqué un an plus tard. Le gouvernement estime que cette mesure fiscale permettra aux entreprises québécoises d'être plus compétitives que les entreprises de doublage françaises, ce qui devrait inciter les grands studios américains à doubler plus de productions au Québec.

En **1998**, on crée la Commission du doublage de la SODEC. Des représentants des maisons de doublage, des artistes-interprètes, des distributeurs, des diffuseurs, de Téléfilm Canada y siègent, en plus d'un diffuseur généraliste. La Commission du doublage de l'UDA demande par ailleurs à Ottawa d'harmoniser ses politiques afin que le Fonds des câblodistributeurs (maintenant appelé le Fonds canadien de télévision) soit soumis aux mêmes règles que Téléfilm Canada pour empêcher que des productions canadiennes diffusées sur nos écrans soient doublées en France.

En **1999**, on constate plusieurs fluctuations dans le volume et les commandes de doublage provenant des multinationales américaines. L'UDA lance alors une campagne de sensibilisation du public sous le thème « *On veut s'entendre* ». L'objectif premier est de faire revenir la Warner, qui a cessé de faire ses doublages au Québec, et de relancer la Universal qui effectue ses doublages en France. En juin, le président de l'UDA rencontre le président de la Warner Bros. Distributing, M. Fellman, à Los Angeles. Dès la fin de l'été, de nouveaux films distribués par la Warner prennent l'affiche mais cette fois, doublés au Québec. À l'automne, la Universal commande à la firme montréalaise Covitech le doublage d'une demi-douzaine de longs métrages.

En **2000**, le distributeur Sony/Columbia/Tristar cesse de faire doubler ses films au Québec, et nul ne peut prédire ce qu'il adviendra des doublages autrefois effectués pour Universal. On sait que cette dernière est fusionnée depuis quelques mois avec la société française Vivendi, qui pourrait choisir de faire doubler ses films sur le territoire français.

Comme on peut le constater, l'industrie du doublage a connu, au cours des 25 dernières années, de nombreux changements et diverses mesures incitatives qui favorisent sa progression. La section suivante dresse un portrait sommaire de l'industrie du doublage au Québec.

8.1.2 L'ÉVOLUTION DE L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE

Ce portrait s'inspire du document intitulé « L'industrie du doublage : consolidation et nouveaux marchés », commandé par M^me^ Louise Beaudoin, à titre de ministre de la Culture et des Communications, à Monsieur Pierre Lampron, à titre de président de la SODEC. Ce rapport, produit en 1997 et dont certaines données ont été tenues à jour par le Comité de doublage de la SODEC, constitue la source principale du présent chapitre puisqu'aucune autre donnée plus récente n'est disponible.

Une consultation de l'AQITCT a aussi servi de référence pour dégager les nouvelles tendances depuis 1997.

8.1.2.1 Données sur les entreprises, les emplois et les revenus

L'Association québécoise des industries techniques du cinéma et de la télévision (AQITCT) regroupe la plupart des entreprises actives dans le domaine du doublage. En 1997, l'industrie du doublage comptait treize entreprises, dont sept avaient des activités régulières dans ce domaine. Ces chiffres ne semblent pas avoir changé de façon significative.

En 1996, le chiffre d'affaires annuel de l'industrie du doublage s'élevait à 19 millions de dollars. Le site Doublage.com mentionne un montant de 20 millions de dollars en 1999, soit une modeste croissance de 5 % en trois ans.

On dénombrait 680 emplois, dont 180 professionnels et techniciens et 500 comédiens. Le doublage constitue une part importante des revenus de la moitié de ces comédiens.

En 1992, le doublage représentait 3 % des revenus totaux des comédiens de l'UDA. Ce pourcentage s'est élevé à 4 % en 1996, pour un montant de 2,5 millions de dollars. Cette même année, les entreprises de doublage estimaient à 1 million de dollars les revenus de doublage des comédiens affiliés à l'Alliance of Canadian Television and Radio Artists (ACTRA), ce qui porte à 3,5 millions de dollars les revenus annuels totaux des comédiens attribuables au doublage.

8.1.2.2 Les productions doublées au Québec selon la langue, la catégorie et la provenance

En 1996, le doublage vers le français constituait près de 80 % des activités des entreprises québécoises. Il semble que ce pourcentage n'ait pas changé depuis. Le doublage de longs métrages destinés aux salles de cinéma constituait 45 % du chiffre d'affaires des entreprises québécoises. Leurs autres revenus provenaient du doublage de longs métrages destinés aux marchés de la vidéocassette et de la télévision (16 %), de productions télévisuelles (36 %) et de documents d'entreprises commerciales (3 %). Cette année-là, 85 % des longs métrages doublés au Québec provenaient des États-Unis, dont 77 % des grands studios américains.

De 1989 à 1997, l'industrie québécoise réalisait annuellement le doublage de 60 à 90 titres destinés exclusivement aux marchés de la télévision et de la vidéocassette. On estimait le volume annuel à environ 400 titres; ainsi, dans ce secteur, les entreprises de doublage québécoises ne détenaient qu'un faible pourcentage (entre 15 % et 22 %) des parts de marché.

Dans le domaine de la télévision, l'industrie effectuait principalement le doublage de productions canadiennes et québécoises, dont la quantité fluctuait énormément d'une année à l'autre en fonction du volume de production et, ultimement, du choix du lieu de doublage par les distributeurs. Cette situation constituait un net recul de l'industrie québécoise par rapport à la fin des années 70, tandis que l'industrie française connaissait une énorme croissance.

8.1.3 LE DOUBLAGE DE LONGS MÉTRAGES AU QUÉBEC DEPUIS 1989

Entre 1989 et 1996, le nombre de longs métrages produits (VOA) et présentés au Québec augmente constamment tel que le démontre le Tableau 8/1. Pendant cette période, le nombre de films doublés en français et présentés au Québec augmente de la même façon. Cette augmentation des versions françaises est liée à l'application de l'article 83 de la Loi sur le cinéma, une mesure qui a eu pour effet de favoriser le développement de l'industrie québécoise, qui a acquis des compétences techniques de plus en plus efficaces lui permettant de réaliser des doublages de qualité dans des délais relativement courts.

Tableau 8/1
Les versions originales anglaises (VOA) et leur version française (VF) présentées en primeur au Québec, 1989-1996

Films	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995 [1]	1996
Versions originales anglaises présentées en version française	73	94	114	108	134	123	138	150
	42 %	56 %	58 %	53 %	61 %	51 %	53 %	56 %
Versions originales anglaises présentées en anglais seulement	101	74	84	95	85	115	114	111
	58 %	44 %	42 %	47 %	38 %	48 %	44 %	41 %
Versions originales anglaises présentées en version sous-titrée française					2	2	6	8
					1 %	1 %	2 %	3 %
Total	174	168	198	203	221	240	258	269

[1] En raison de l'arrondissement des données, le total de 1995 ne correspond pas à la somme des parties.

Source : « *L'industrie du doublage : consolidation et nouveaux marchés* », le 20 août 1997.

En 1996, l'industrie québécoise a réalisé le doublage de 86 des 150 films présentés en version française, soit 59 % des titres, tandis qu'elle ne doublait que 30 % des titres en 1989. On constate donc qu'en sept ans la quantité de films doublés au Québec a presque quadruplé et que le pourcentage de part de marché des entreprises québécoises a presque doublé (Tableau 8/2).

Tableau 8/2
Nombre de VOA doublées en français et présentées en primeur, selon le lieu de doublage Québec, 1989 à 1996

Films	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
VOA doublées au Québec	22	32	44	45	66	70	85	86
Répartition (%)	30 %	34 %	39 %	42 %	49 %	57 %	62 %	59 %
VOA doublées à l'étranger	51	62	70	63	68	53	53	61
Répartition (%)	70 %	66 %	61 %	58 %	51 %	43 %	38 %	41 %
Total des VOA	73	94	114	108	134	123	138	150

VOA : version originale anglaise.

Source : « *L'industrie du doublage : consolidation et nouveaux marchés* », le 20 août 1997.

Selon les données réunies par la Commission du doublage de la SODEC, cette tendance à la hausse des versions doublées au Québec semble s'être inversée en 1999 (tableau 8/3). Au même moment, on note que la quantité de versions françaises demeure en deçà des seuils atteints en 1995 et en 1996.

Tableau 8/3
Nombre de VOA doublées en français et présentées en primeur au Québec, selon le lieu de doublage
1995-1999

Films	1995	1996	1997	1998	1999
VOA doublées au Québec	85	86	73	72	69
Répartition (%)	62 %	59 %	57 %	59 %	54 %
VOA doublées à l'étranger	52	59	55	51	58
Répartition (%)	38 %	41 %	43 %	41 %	46 %
Total des VOA	137	145	128	123	127

Sources : Régie du cinéma, Alex Films inc., Association québécoise des industries techniques du cinéma et de la télévision; compilation effectuée par la SODEC.

8.1.4 LES RECETTES AU GUICHET DES FILMS DOUBLÉS AU QUÉBEC (1996)

En salle, les retombées économiques des versions françaises sont très importantes. Ainsi, en 1996, les VOA présentées en primeur et en version française ont totalisé 50,2 millions de dollars de recettes au guichet, soit 82 % du total des recettes au guichet provenant de la présentation de films en français au Québec. On peut présumer que ce pourcentage a diminué dans les trois dernières années, à la suite des succès de salle des films québécois tels que « *Les Boys I et II* », « *Laura Cadieux I et II* », « *Elvis Gratton* », etc., mais cela ne diminue en rien l'importance de l'industrie du doublage comme génératrice de recettes au guichet.

Sur le marché de la vidéocassette, on estime que les VOA exploitées en primeur et en version française ont pu rapporter au moins 80 millions de dollars, ce qui porterait à environ 130,2 millions de dollars, le total des revenus de ces versions françaises, sans compter les revenus engendrés éventuellement par la diffusion de ces versions à la télévision.

8.1.5 LE RÔLE DES DISTRIBUTEURS DANS L'ATTRIBUTION DES CONTRATS DE DOUBLAGE

En 1996, 37 % des versions françaises ont été commandées par des distributeurs québécois et 63 % par les grands studios américains. On évalue alors que 62,5 % des films en version française distribués par des entreprises québécoises sont attribuables à un seul distributeur. Cette dernière donnée renforce la notion d'une industrie dont les destinées sont concentrées dans les mains d'un nombre très restreint de joueurs.

Le pourcentage de films doublés par les grands studios américains est demeuré relativement stable entre 1995 et 1996, tandis que le pourcentage de films doublés par les distributeurs québécois au Québec est passé de 58 % à 52 %. En 1996, chez les distributeurs américains, une entreprise a fait doubler la totalité de ses films au Québec (soit 16 films), une autre la quasi-totalité (17 sur 19), alors qu'on observe la situation inverse chez une entreprise qui a fait doubler 11 de ses 14 films à l'étranger.

Les distributeurs québécois portent à l'écran une plus grande quantité de films qui, généralement, obtiennent des résultats plus faibles au box-office. En 1996, plus de 46 % des films des grands studios américains dépassaient la barre des 300 000 $ de recettes en version française seulement, alors qu'à peine 7 % des films mis en marché par les distributeurs québécois franchissaient ce seuil.

Les films canadiens et québécois sont généralement doublés au Québec. Toutefois, la taille considérable du marché français, qui a ses propres exigences en la matière, entraîne aussi parfois le déplacement de contrats de doublage de séries et de films canadiens ou québécois vers la France, ce que déplore l'industrie. Le rapport sur le doublage situait à entre un et trois par année, de 1994 à 1997, le nombre de longs métrages canadiens doublés à l'extérieur du Québec, les données sur les produits télévisuels n'étant malheureusement pas disponibles.

L'exportation de nos produits audiovisuels de langue originale autre que le français est donc souvent conditionnelle à un doublage fait en France. Dans le cas d'une vente à un télédiffuseur français ou de la sortie d'un film à Cannes, un tel doublage est parfois *une condition sine qua non*.

8.1.6 LES FORMES DE SOUTIEN FINANCIER PUBLIC À L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE

Le soutien public à l'industrie du doublage provient principalement de Téléfilm Canada (TFC) et est offert aux distributeurs canadiens. Le fonds de doublage de TFC est passé de 6 millions de dollars en 1994-1995, à 3,3 millions en 1996-1997, puis à 2,6 millions de dollars en 1997-1998. On note que le soutien au doublage de films étrangers a été interrompu en 1996-1997.

Bien que les règles établissent que le doublage des séries et des films canadiens doit être effectué au Canada, on fait certaines exceptions, surtout lorsqu'il y a une vente à l'étranger.

Pour sa part, le Québec a instauré le crédit d'impôt remboursable (CIR) « doublage » en décembre 1997 pour soutenir les activités de doublage réalisées ici et pour permettre aux entreprises du domaine d'élargir leur marché. Le crédit d'impôt représente 33 1/3 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles, jusqu'à concurrence de 15 % du total des frais de doublage. Les catégories admissibles sont les mêmes que pour le CIR « audiovisuel ». Enfin, pour qu'une production soit admissible, 75 % des personnes qui offrent les services relatifs à la prestation de comédiens et à la direction de plateau doivent être québécoises.

8.1.7 LES GRANDES LIGNES DU RAPPORT « L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE : CONSOLIDATION ET NOUVEAUX MARCHÉS »

Le rapport de 1997 couvre des aspects qu'il nous semble pertinent de mentionner dans le présent chapitre, consacré au doublage, puisqu'ils sont toujours d'actualité.

8.1.7.1 Les constats

L'analyse du rapport mentionné précédemment permet de dégager les grandes lignes suivantes :

- Bien que modeste, l'industrie du doublage a des répercussions sur les domaines connexes de la postproduction (laboratoires, production de génériques, services de transfert optiques, etc.) et, de façon générale, elle contribue au maintien d'une masse critique de services dans les industries techniques;

- L'industrie du doublage n'a pas atteint son plein potentiel quant aux parts de marché, surtout en ce qui concerne les domaines connexes de la télévision et de la vidéocassette, sans lesquels elle ne pourrait survivre;

- On ne considère pas le décret français comme un obstacle déterminant à l'atteinte de ce potentiel, et on mentionne l'étroitesse de notre marché par rapport à celui de la France, le nombre limité de donneurs d'ordres et les difficultés de rentabiliser les coûts de doublage sur un nombre minimal d'entrées comme les principales difficultés à surmonter;

- Déjà en 1997, le rapport soulignait que l'évolution des pratiques commerciales dans l'exploitation des films avait eu pour effet de diminuer la portée de la loi québécoise, notamment à cause de la réduction de la durée de vie des films en salle et des changements dans la chronologie des fenêtres de diffusion;

- Le doublage est lié avant tout au phénomène de la « langue de proximité », qui veut que les gens préfèrent les œuvres doublées dans la langue qu'ils parlent. Ce phénomène est en relation directe avec le commerce qui en découle, sans toutefois que cela ne nuise à l'accessibilité aux autres marchés (doublage en français international);

- Malgré ce phénomène, lorsqu'un film n'est pas doublé au Québec, le distributeur peut toujours se servir de la copie utilisée en France, tandis que l'inverse est impossible.

8.1.7.2 Les recommandations du rapport

Ce rapport contenait les éléments suivants :

- On souligne que le décret est une mesure protectionniste établie par un pays dominant contre un joueur plus faible, ce qui est en soi inacceptable, et on recommande le maintien des pressions politiques et syndicales pour faire en sorte que le décret français soit aboli, en misant sur un rappel des objectifs communs à la France et au Québec concernant la circulation des biens culturels; on lance un message de responsabilisation de l'industrie, qui elle seule a le pouvoir de contester cette loi devant les tribunaux;

- On recommande la mise en place, par le gouvernement du Québec, d'un crédit d'impôt destiné aux entreprises québécoises de doublage :

- On recommande que les aides accordées par les deux ordres de gouvernement comportent une obligation de faire réaliser, s'il y a lieu, les doublages au Canada ou au Québec;

- On encourage la signature d'ententes globales avec les grands studios américains pour la prestation de services techniques;

- On encourage les entreprises québécoises à partager certaines étapes des travaux de doublage avec les entreprises françaises.

8.2 LE PORTRAIT SOMMAIRE DES INDUSTRIES TECHNIQUES

Cette section présente une brève description du secteur des industries techniques de la production audiovisuelle tel qu'il se profile actuellement au Québec. Elle a été réalisée principalement à partir du « Portrait synoptique des industries techniques de la production audiovisuelle au Québec[45] » réalisé par Contracom à la demande de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), dans le cadre des travaux sur l'actualisation de la politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle. D'autres études ont également été consultées pour documenter cet état de situation.

Les industries techniques regroupent des entreprises offrant certains services spécialisés de production et de postproduction. Outre les services de doublage, ce sont les locateurs de studios et d'équipement pour les tournages et de prestataires de services de postproduction (développement de la pellicule, services de montage visuel et sonore, cinématographique et vidéo, mixage de son, location de salles et d'équipement pour le montage, production d'effets spéciaux, animation et graphisme informatique, postsynchronisation, vidéocopie, transfert vidéo, etc.).

Pour les besoins de ce portrait, ces entreprises ont été regroupées en deux grandes catégories :

- les entreprises nécessaires aux tournages, soit les locateurs de studios et les fournisseurs d'équipement de production (caméra, caméra vidéo, son et éclairage);

- les entreprises qui interviennent après les tournages, soit les entreprises de postproduction pour les films, les vidéos et les produits audio, auxquelles s'ajoutent les entreprises d'animation, d'infographie et de production d'effets spéciaux numériques.

Afin de donner un aperçu de la structure de ce secteur, deux autres groupes d'entreprises ont été considérées, mais de façon plus sommaire : celles qui vendent ou louent de l'équipement et des solutions informatiques aux différents fournisseurs de services de production ou de postproduction, ainsi que les entreprises de multimédia qui créent des logiciels pour les entreprises d'animation, d'infographie et de production d'effets spéciaux.

---

[45] Contracom, juin 2001.

8.2.1 LES ENTREPRISES NÉCESSAIRES AUX TOURNAGES : LES LOCATEURS DE STUDIOS ET LES FOURNISSEURS D'ÉQUIPEMENTS

8.2.1.1 Les prestataires de studios

Cette section porte sur les locateurs de studios de prise de vues. Elle sera complétée par une brève description des locateurs de studios mobiles.

On y présente des données sur le taux d'occupation de ces studios, le nombre d'employés, la nature de leurs activités, leur répartition géographique, certains éléments de comparaison avec les infrastructures disponibles au Canada et à l'étranger ainsi que certaines indications sur les projets d'expansion à Montréal et sur l'état du marché.

Ces prestataires de services de location sont regroupés en quatre grands types selon les caractéristiques des infrastructures qu'ils possèdent (superficie, hauteur sous grille d'éclairage, commodités, ateliers, équipement de production et de postproduction et espaces à bureaux).

Dans son étude, Contracom a répertorié 27 prestataires de services différents qui, au Québec, possèdent 65 studios de prise de vues représentant une superficie totale de 450 874 pi^2 . Une étude réalisée par Secor[46] en 1985 révèle qu'il existait à peine 30 studios à cette époque, tous situés à Montréal, et représentant une superficie globale de 188 000 pi^2. Selon une autre étude réalisée en 1987[47], le nombre de studios était passé, deux ans plus tard, à 38 et représentait une superficie de 160 000 pi^2. Cette augmentation rapide est attribuable à la forte croissance qu'a connue le secteur de la production indépendante dans la deuxième partie des années 80. Une comparaison de ces données avec celles d'aujourd'hui permet de constater que, depuis, le nombre de studios a presque doublé tandis que la superficie totale disponible a pratiquement triplé.

À ces studios spécifiquement destinés au tournage s'ajoutent de grands bâtiments industriels inoccupés (les *warehouse*) qui peuvent être transformés en gigantesques plateaux le temps d'un tournage. La superficie totale de ces entrepôts est évaluée à environ 240 000 pi^2, mais aucune donnée précise n'est disponible actuellement[48].

Les quatre grandes catégories de studios de prise de vues sont les suivantes :

1. ***Les studios tout équipés destinés aux tournages cinématographiques et télévisuels*** (grands et intermédiaires)

---

[46] Secor, « *Le marché de la production cinématographique et audiovisuelle en Amérique du Nord et la demande potentielle pour un grand studio de tournage situé à Montréal* », novembre 1985.

[47] Ministère des Communications du Québec, « *Les infrastructures de production À Montréal : Bilan et perspectives* », décembre 1987.

[48] PricewaterhouseCoopers, « *Analyse de positionnement opérationnel de l'industrie télévisuelle et cinématographique au Québec* », étude remise à Développement économique Canada pour la région du Québec, mai 2000.

Ces studios sont des infrastructures haut de gamme en raison de leurs dimensions, de l'envergure de leurs équipements et de la diversité des services offerts. Elles comprennent les complexes cinématographiques ainsi que quelques plateaux intermédiaires.

1.1 Les complexes cinématographiques

Au nombre de cinq, ces installations totalisent 22 studios qui couvrent une superficie de plateaux de 298 525 pi^2, soit 66,2 % de la surface totale des studios au Québec. Elles comprennent aussi 70 000 pi^2 d'espaces à bureaux. Ces grands complexes sont par ordre de superficie :

IceStorm (81 812 pi^2), Ciné Cité (Moliflex-White) : (74 063 pi^2), Mel'sStudio-Trudel-Technoparc (66 000 pi^2), Mel'sStudio-Trudel-Cité du Havre (41 650 pi^2) et Studios Lasalle (35 000 pi^2).

Il s'agit de très grands studios offrant d'immenses plateaux de tournage qui peuvent représenter plus de 30 000 pi^2 et aller jusqu'à 80 000 pi^2 avec une hauteur moyenne de 29,7 pieds. La majorité sont de construction récente et correspondent à la transformation de Montréal en grand centre de production cinématographique. Ces mégastudios ont, en effet, été construits principalement pour répondre aux exigences des tournages américains au Québec. Leur avènement coïncide d'ailleurs avec la hausse impressionnante de ces tournages et avec l'adoption du programme de crédit d'impôts pour les services de production au Québec, en 1998. L'ajout de superficie de studios en location a aussi répondu à un besoin de la production québécoise.

Ciné Cité, Mel's Cité du cinéma et Technoparc appartiennent aux deux fournisseurs d'équipement cinématographique, Moliflex-White et Location Michel Trudel. Ils totalisent 15 plateaux et ont une superficie totale de 181 713 pi^2 auxquels s'ajoutent 63 000 pi^2 d'espaces à bureaux.

Les studios IceStorm offrent également d'immenses espaces de tournage en plus d'une panoplie d'équipements, dont certains pour la haute définition, ainsi que des services de postproduction, d'animation et de production d'effets spéciaux.

Quant aux Studios Lasalle, ils appartiennent à Moliflex-White et Covitec, le plus important prestataire québécois de services de postproduction. Ils sont comparables, quant à leurs caractéristiques physiques, aux autres complexes, mais n'offrent pas la même gamme de services.

1.2 Les studios intermédiaires

Au nombre de sept, ces studios occupent près de 43 390 pi^2, ce qui représente 9,6 % de la surface totale de studios au Québec. Par ordre de dimension en pi^2, ce sont Studio Saint-Martin (14 520 pi^2) et la Maison du Septième Art (9 450 pi^2) qui possèdent deux studios chacun, Studio Olympique (8 400 pi^2), Studio 8^e Avenue (6 020 pi^2) et Studio Côte-Saint-Paul (5 000 pi^2).

La taille moyenne des plateaux est d'environ 6 198 pi^2 avec une hauteur moyenne de 26,4 pieds. Les espaces à bureaux représentent 17 000 pi^2 de superficie totale.

Contrairement aux grands complexes, ces studios ne sont pas situés sur d'immenses terrains et ne sont pas associés à des fournisseurs d'équipements (à l'exception de Studio Côte-Saint-Paul, propriété de Moliflex). Ils offrent cependant des équipements et des services comparables aux mégastudios.

2. Les studios de production des télédiffuseurs

Les quatre principaux réseaux de télévision francophone (SRC, TVA, TQS et TQc) offrent 14 plateaux de taille plus modeste que les studios de cinéma, mais qui regroupent l'ensemble des infrastructures et des services de production télévisuelle et cinématographique. Ces studios, utilisés pour la production interne des télédiffuseurs, sont aussi offerts en location, tout comme les services de postproduction chez certains (TQS et TQc). Ils représentent une superficie de 56 794 pi^2, soit 12,6 % de la surface totale. En 1985, les télédiffuseurs possédaient 80 % de l'espace, dont moins de la moitié était disponible pour la production indépendante[49]. Ce revirement de situation illustre bien l'importante progression du secteur de la production indépendante au cours des 15 dernières années.

À Montréal, on compte 12 studios totalisant une superficie de 52 144 pi^2 avec une taille et une hauteur moyennes de 4 345 pi^2 et 17,3 pieds. La majorité de ces studios appartient à Radio-Canada (7) tandis que Télé-Québec en possède trois, et TQS, deux (Studio Ogilvy). TVA possède 11 studios, mais ceux-ci sont presque exclusivement réservés à la production interne.

À Québec, TVA et TQS offrent chacune un studio couvrant une superficie totale de 4 650 pi^2, avec une taille et une hauteur moyennes de 2 325 pi^2 et 15 pieds.

Télé-Québec n'a pas de studio ailleurs qu'à Montréal, bien qu'elle possède des centres de production locaux dans neuf régions du Québec.

3. Les studios de taille moyenne

Au nombre de six, ces studios occupent une superficie de 13 976 pi^2, soit 3,1 % de la surface totale. Leur taille et leur hauteur moyennes sont respectivement de 2 329 pi^2 et 16,5 pieds. Ce sont Les studios André Cornellier (1), Studio Centre-Ville (2) et Studio Saint-Ambroise (3).

En raison de leur taille et des services disponibles, ces studios ne sont pas en mesure d'offrir de véritables solutions clef en main pour des productions importantes.

4. Les studios loués par des entreprises et organismes divers

4.1 Les entreprises qui louent des studios

[49] Secor, « *Le marché de la production cinématographique et audiovisuelle en Amérique du Nord et la demande potentielle pour un grand studio à Montréal* », novembre 1985.

Il s'agit d'entreprises ayant plusieurs activités de production et de postproduction. Ces entreprises possèdent des studios de prise de vues, mais n'ont pas pour activité principale de les louer. Selon le recensement effectué par Contracom, cette catégorie compte huit studios, appartenant à sept entreprises ayant un éventail d'activités très diversifié :

- des entreprises de services intégrés de production et de postproduction, soit Studio Shanda (2 studios) et PMT vidéo;
- des producteurs possédant leurs studios et leur équipement de postproduction, soit Productions Pascal Blais (IMAX), Productions multivisuelles (multimédia), Cinefilms et Vidéo (film, télévision et publicité);
- des fournisseurs d'équipement audio et vidéo (location et vente) qui offrent également des services de postproduction (montage et mixage) et des studios d'enregistrement et de répétition, soit Studio Économik et Air Média M.S.

Avec 16 704 pi^2, une superficie et une hauteur moyennes de 2 088 pi^2 et 15 pieds, ces studios représentent 3,7 % de la surface totale.

4.2 Les salles multidisciplinaires

Ces salles polyvalentes à vocation multidisciplinaire (danse, théâtre, spectacles) sont utilisées à l'occasion comme studios de tournage. Elles possèdent des loges, des équipements d'éclairage, de sonorisation et de régie technique mais aucun bureau de production.

Au nombre de huit, ces salles appartiennent à quatre entreprises : Production Recto-Verso (2), Ex-Machina-La caserne (2), Studios Québec (Cégep de Limoilou) (2), Usine C (2). Elles représentent une surface totale de 21 485 pi^2 et près de 4,8 % de l'espace total disponible. Leur superficie moyenne est de 2 685 pi^2 et leur hauteur est de 16 pieds, à l'exception du studio de l'usine C qui atteint 32 pieds.

Le tableau qui suit illustre la répartition de la superficie totale selon la catégorie de studio.

Tableau 8/4
Superficie totale des studios selon leur catégorie

Catégorie des studios	Nombre	Superficie totale en pi^2	% de la superficie totale
Grands complexes	5	298 525	66,2
Studios intermédiaires	7	43 390	9,6
Studios des télédiffuseurs	14	56 794	12,6
Studios de taille moyenne	6	13 976	3,1
Studios loués par des entreprises diverses	8	16 704	3,7
Salles multidisciplinaires	8	21 485	4,8
	65	450 874	100

Un tableau synoptique des studios de prise de vues au Québec est présenté en annexe.

Les activités et le nombre d'employés[50]

Les activités

Seuls les grands complexes et les studios intermédiaires ont été utilisés au cours des deux dernières années pour des tournages cinématographiques.

Les studios qui consacrent la plus grande part de leurs activités aux productions cinématographiques sont, par ordre d'importance : Ciné Cité Montréal (100 %), Mel's Trudel - Cité du Havre et Technoparc (75 % chacun).

Quatre studios consacrent 100 % de leurs activités aux productions télévisuelles : Studio du Centre ville, Studio Ogilvy (TQS), Studio Côte-Saint-Paul et Studio Shanda. Suivent de près la Société Radio-Canada (98 %), IceStorm, PMT vidéo et Télé-Québec (90 % chacun).

Le nombre d'employés

L'étude réalisée par Contracom estime à 149 le nombre d'employés affectés à la production audiovisuelle dans ces 65 studios. Une évaluation précise est en effet difficile à établir parce qu'il faudrait déduire du total les employés qui occupent d'autres fonctions dans l'entreprise, comme au Technopare ou à TQS.

La répartition géographique

L'essentiel de la production cinématographique et télévisuelle se déroulant à Montréal, on y trouve également la très grande majorité des studios de prise de vues, soit 57 plateaux de tournage représentant une superficie de 432 659 pi^2 et 96 % du total disponible.

Les huit autres studios sont tous situés à Québec et appartiennent à cinq entreprises. Il s'agit de Production Recto-Verso, Ex-Machina-La caserne, Studios Québec, TQS (Québec) et TVA-Télé 4. Ils représentent une superficie de 18 215 pi^2 et 4 % de la surface totale. Les infrastructures utilisées en cinéma sont celles d'Ex-Machina-La caserne et de Production Recto-Verso.

Il n'existe actuellement aucune infrastructure destinée à la production audiovisuelle ailleurs au Québec.

Comparaison avec le reste du Canada

Les trois principaux centres canadiens de production demeurent, comme c'était le cas en 1985, Vancouver, Toronto et Montréal. C'est à Vancouver que les sommes investies en production sont les plus importantes (1,180 milliard de dollars), suivie par Toronto (900 millions de dollars) et Montréal (829 millions de dollars)[51].

---

50 En raison du peu d'information disponible, les données qui suivent sont présentées à titre indicatif et ne peuvent avoir de véritable valeur statistique.

51 Source : Estimation des bureaux du cinéma.

Concernant la superficie, Vancouver dispose de 502 000 pi^2, Toronto 500 000 pi^2 comparativement à Montréal, qui compte 450 874 pi^2. Pour Vancouver et Toronto, les données sont approximatives, car il n'est pas possible de savoir si la superficie totale indiquée correspond à tous les studios disponibles. On remarque cependant que IceStorm et Ciné Cité offrent des capacités équivalentes à celles des plus grands studios de Toronto (Cinespace et Toronto Film Studios) et Vancouver (Lions Gate Studios et de Vancouver Film Studios), notamment en ce qui a trait à la superficie moyenne. D'autre part, la hauteur de plafond la plus élevée se trouve chez IceStorm; Ciné Cité offre aussi des hauteurs de plafond parmi les plus importantes.

Comparaison avec le marché américain

De nouveaux centres de production audiovisuelle se sont développés depuis une dizaine d'années aux Etats-Unis, et si Los Angeles et New-York sont toujours les principaux pôles, il faut désormais considérer les quatre autres États que sont la Caroline du Nord, la Floride, le Texas et l'Illinois. Déjà, au début des années 80, Hollywood était en perte de vitesse par rapport à ses nouveaux concurrents.

Concernant la superficie, Los Angeles dispose de 4 200 000 pi^2, New-York de 650 000 pi^2, Miami-Orlando de 214 000 pi^2 et Chicago de 140 000 pi^2.

L'état du marché et la concurrence entre centres de production

La concurrence américaine et internationale

Avec ses 343 969 pi^2 et ses 34 studios destinés aux tournages cinématographiques, Montréal offre une capacité d'accueil suffisante pour les productions américaines de taille moyenne et occupe une position stratégique, car la concurrence se fait entre les centres de production canadiens et américains. Toutefois, pour le marché des productions cinématographiques de grande envergure, le marché est international, et la proximité géographique n'est pas nécessairement un facteur suffisant pour influencer le choix du lieu de tournage. Ainsi, les grands studios d'Europe, mais également ceux d'Australie, de Nouvelle-Zélande et du Mexique accueillent de plus en plus de grosses productions européennes et américaines.

La concurrence internationale est donc un élément prédominant dans le marché des grandes productions, et les infrastructures actuelles dont dispose Montréal la fragilisent par rapport aux autres grands pôles de production mentionnés précédemment.

Pour établir les besoins réels de Montréal dans le domaine des nouvelles infrastructures compte tenu de l'offre de ses principaux concurrents, il serait nécessaire de faire une évaluation comparative des principaux centres internationaux de production en dressant un portrait fidèle et détaillé des infrastructures disponibles pour les productions étrangères.

La concurrence canadienne

L'affirmation de Montréal comme centre de production cinématographique et télévisuelle en mesure de rivaliser Vancouver et Toronto passe, selon plusieurs acteurs et observateurs du milieu, par la construction de nouveaux studios, afin de pouvoir accueillir simultanément plusieurs grosses productions. Toutefois, il semble que le besoin de nouveaux grands studios se fasse également sentir dans ces deux villes.

Les locateurs de studios mobiles

Pour la production télévisuelle, et particulièrement pour la captation et la retransmission d'événements spéciaux, plusieurs prestataires offrent des services de location de studios mobiles et de cars de reportage équipés d'un ensemble de caméras de télévision pour le tournage multicaméras et d'une régie. Leurs dimensions sont variables, mais les plus imposants peuvent contenir et gérer jusqu'à 12 caméras dans un espace de 50 pieds/15. Le recensement effectué par Contracom répertorie 11 prestataires de services de location possédant un total de 33 studios mobiles : 27 régies mobiles, 5 cars de reportage et un ensemble mobile.

Un tableau présentant le parc des régies mobiles est présenté en annexe.

Ces locateurs peuvent être regroupés en différentes catégories :

- la PME spécialisée qui possède un seul camion ou une seule régie; par exemple, Le studio Mobile, le groupe Zync, Groupe Berger Son et lumière, Pixcom Technologies;
- la PME polyvalente qui produit des contenus audiovisuels et multimédias, possède un petit studio de tournage et offre des services techniques dont la location d'équipement de tournage et de régies mobiles, la postproduction et le soutien technique pour la création d'événements multimédias; par exemple, Témoins Production;
- les entreprises qui possèdent plus d'une régie et peuvent assurer la retransmission d'événements; par exemple, Référence Vidéo - Mobilimage et Pixcom Technologies, Enregistrement Karisma;
- les télédiffuseurs; par exemple, Radio-Canada et TVA;
- les grandes entreprises canadiennes qui offrent leurs services au Québec; par exemple, Dome Production et Wic Mobile production, propriétés des conglomérats de communication BCE et Alliance Altantis Communications.

La nécessité d'avoir accès à des caméras et à des systèmes de montage numérique s'est rapidement fait sentir dans le secteur de la régie mobile. L'adoption de cette nouvelle technologie constitue à moyen et à long terme un enjeu important pour ce secteur, en raison notamment des investissements majeurs qu'elle nécessite.

8.2.1.2 Les fournisseurs d'équipements de tournage

Un premier recensement des entreprises permet de répertorier une cinquantaine de prestataires de services de location d'équipements de tournage. Ce secteur a aussi connu une très forte croissance depuis le début des années 80, époque à laquelle il n'en comptait qu'une dizaine.

Leurs services de location concernent :

- les caméras et accessoires;
- l'équipement audiovisuel qui inclu l'équipement vidéo et vidéo numérique;
- l'équipement d'éclairage;
- l'équipement de son.

Les entreprises dominantes dans leur secteur d'activité spécifique sont :

- Location Michel Trudel et Moliflex-White, pour la location de matériel cinématographique;
- Dussault, pour la fourniture d'équipements vidéo;
- Covitec, entreprise intégrant la gamme complète des services de production et de postproduction;
- Groupe Berger son et lumière, pour la location d'équipements de son et d'éclairage pour la scène et l'audiovisuel;
- Solotech-location, pour les équipements en image, son et éclairage en vue d'événements et de retransmissions télévisuelles;
- Sono-Vidéo, pour la vente et la location d'équipements audiovisuels.

Un tableau présentant l'ensemble des entreprises et leur équipement est fourni en annexe.

Cette cinquantaine d'entreprises peut être distribuée en quatre catégories :

- les prestataires privés; cette catégorie, qui compte 35 entreprises, est de loin la plus nombreuse et la plus importante;
- les télédiffuseurs; en font partie les neuf centres de production régionaux de Télé-Québec et ceux de TVA;
- les cinq organismes pour artistes, cinéastes et vidéastes indépendants, soit la Bande Vidéo, Main Films, Prime centre d'artistes, Spirafilm et Vidéographe Production;
- une institution, l'Office national du film (ONF).

Certaines entreprises sont essentiellement des fournisseurs d'équipement, alors que d'autres offrent un ensemble de services dont la location n'est qu'un des volets.

Les tendances se dessinent dans ce secteur sont étroitement liées aux récents développements technologiques, notamment l'utilisation croissante de caméras vidéos numériques et de caméras à haute définition. Ces nouvelles technologies devraient transformer l'industrie. Ainsi, les fournisseurs d'équipement vidéo sont appelés à devenir des prestataires de services contenus habituellement enregistrés sur pellicule. Toutefois, compte tenu de l'importance des investissements requis pour acquérir ce nouveau type d'équipement, la pénétration du numérique devrait progresser de façon régulière pour permettre son amortissement. De plus, le passage au numérique est étroitement lié aux décisions des autres joueurs tels les entreprises de postproduction, les télédiffuseurs et les propriétaires de salles de cinéma. La conversion complète au numérique n'est pas prévue à court terme, même si, aux Etats-Unis, l'échéance a été fixée à 2007 pour la télévision.

8.2.2 LES ENTREPRISES QUI INTERVIENNENT APRÈS LA PRODUCTION

8.2.2.1 Les entreprises de postproduction

Les entreprises de services de postproduction sont nombreuses et elles offrent des services dans des domaines très diversifiés. Il est donc difficile de dresser un portrait détaillé de ce secteur. Pour les besoins du mandat qui lui a été confié, Contracom a procédé à une recension sommaire de l'ensemble des acteurs du secteur tout en décrivant certaines de leurs caractéristiques.

Les services de postproduction sonore et visuelle sont les suivants :

- laboratoire (films)
- duplication
- transcodage
- transfert
- bruitage
- doublage et postsynchronisation
- mixage
- montage sonore
- montage de films
- montage vidéo
- sous-titrage (film, vidéo, DVD)
- effets spéciaux
- animation

En comptabilisant toutes les entreprises de postproduction de l'image, du son, d'effets spéciaux et d'animation, Contracom arrive à un total d'environ 240, dont trois importantes et une trentaine de taille moyenne. La moitié de ces entreprises offrent des services complets de postproduction. Compte tenu qu'il n'existait en 1985 qu'une trentaine d'entreprises relativement modestes à l'exception de deux de taille moyenne, le secteur a connu une forte croissance au cours des 15 dernières années.

Toutefois, l'heure est à la consolidation. Plusieurs entreprises de taille moyenne se sont fusionnées ou ont acheté des compétiteurs dans un objectif de croissance et de diversification de services visant à les rendre plus concurrentielles.

Les entreprises qui offrent des services techniques ont fait des efforts pour amener les maisons de production étrangères à recourir à ce type de services au Québec. Elles se sont mobilisées au début des années 1990 pour former, avec d'autres intervenants du milieu, Initiative Québec, devenue par la suite Film Québec. En février 2000, les entreprises de Montréal offrant des services techniques autres que le doublage se sont regroupées en une association, l'Association des fournisseurs de services techniques (AFST). Cet organisme a pour mandat de représenter ses membres dans tous les dossiers qui concernent son secteur, de voir au développement et à la croissance de ce dernier et de mettre en place des mécanismes permettant un arrimage avec les autres composantes de l'industrie du cinéma et de la télévision.

Si la forte augmentation du nombre de productions étrangères réalisées au Québec a engendré la construction et la modernisation de studios, elle n'a pas eu les mêmes retombées sur les services de postproduction. Les producteurs américains retournent, en effet, généralement aux États-Unis pour faire leur postproduction.

Au sujet de la capacité de l'ensemble des services de postproduction offerts au Québec de répondre aux besoins de la production québécoise, l'étude de PricewaterhouseCoopers mentionne qu'il serait difficile d'avoir accès à une quantité suffisante d'équipement à la fine

pointe de la technologie et que l'industrie locale ne serait pas assez développée pour en soutenir les coûts.

La postproduction sonore

Les prestations retenues sont : le bruitage, le doublage et la postproduction, le mixage et le montage sonore.

Selon une recension effectuée par *Qui fait Quoi* en mars 2001, il existe 80 studios d'enregistrement pour la postproduction sonore au Québec, propriété de 27 entreprises. Exception faite de Covitec, qui en possède 18, les autres possèdent 2,7 studios en moyenne.

Cependant, à partir des différentes sources d'information existantes, Contracom a dénombré 69 entreprises associées à ce champ d'activité, mais il a été impossible de dresser l'inventaire des studios possédés par les 42 autres non recensées par *Qui fait Quoi*. En leur attribuant la même moyenne que les 27 entreprises répertoriées, soit 2,7 studios chacune, il est possible d'obtenir le nombre de 113 installations qui, avec les 80 mentionnées ci-dessus, totalisent près de 200. Il est difficile cependant d'en connaître l'utilisation exacte.

La liste de ces 69 entreprises est présentée en annexe.

La postproduction dans le domaine de l'image

Les différents services qui ont été retenus pour cette recension sont : l'animation, les effets spéciaux, la duplication, les travaux de laboratoire relatifs à la pellicule, le montage de films, le montage de vidéos, le sous-titrage (films, vidéos, DVD), le transcodage et le transfert.

La postproduction image a été la première affectée par la révolution informatique. L'arrivée du montage non linéaire avec les équipements Avid ou Média 100, et la conversion au standard numérique ont fait que les prestations de montage pour le film sont désormais offertes de manière généralisée, car cela ne nécessite plus de lourds équipements. De plus, le développement de l'infographie, des effets spéciaux et de l'animation par ordinateur (2D/3D) a contribué à faire de certaines entreprises de l'industrie du multimédia des prestataires de services de postproduction audiovisuelle, voire même des producteurs de contenus.

D'après le très vaste éventail dressé par Contracom, il existe environ 160 prestataires de services de postproduction image. Toutefois, le nombre d'entreprises pouvant offrir une véritable prestation de services en animation et en effets spéciaux est beaucoup moins important comme l'indique le recensement effectué par *Qui fait Quoi*, dans son édition de mars 2001.

La liste de ces entreprises est présentée en annexe.

Le montage vidéo, pour lequel on recense 90 prestataires, est le service le plus souvent offert. Le développement de pellicules n'est proposé que par les deux principales entreprises de postproduction : Covitec (Technicolor) et Vision Globale. Cette disparité de l'offre s'explique par les lourds équipements et l'expertise nécessaires pour offrir ce type de montage.

En ce qui a trait au sous-titrage, sur les dix prestataires offrant ce service, on retrouve quatre grandes entreprises : Multivet, Softitler Canada et le nouveau Covitec et Vision Globale.

8.2.3 LES AUTRES ENTRERISES

8.2.3.1 Les fournisseurs d'équipements et de solutions informatiques

Il existe, dans ce secteur, des entreprises de vente ou de location d'équipement ou des spécialistes de solutions clé en main. Bien que ces entreprises n'appartiennent pas aux industries des services techniques, car elles n'interviennent pas directement dans les activités de production ou de postproduction, elles en sont des maillons essentiels.

8.2.3.2 Les entreprises de création de logiciels d'effets spéciaux et d'animation

Si beaucoup des entreprises d'effets spéciaux de renommée internationale sont canadiennes, britanniques ou américaines, certains des principaux logiciels utilisés pour créer cette imagerie visuelle ont été conçus au Québec.

À titre d'exemple, Softimage, créée par Daniel Langlois, et achetée depuis par Avid Technology, a été le précurseur des techniques d'effets spéciaux en animation 3D. Discreet est l'autre leader québécois d'effets spéciaux avec Flame et Inferno. Kaydara est le spécialiste de la capture de mouvement avec son logiciel Filbox, tandis que Toom Boom domine le marché mondial avec son logiciel d'animation 2D.

Cette industrie qui, au Québec, compte une vingtaine d'entreprises spécialisées en animation et en effets spéciaux pour l'industrie du cinéma, de la télévision et de la publicité, a connu un essor considérable au cours des dernières années. Selon les données de QUÉBEC ANIMFX (QA), un nouveau regroupement d'entreprises québécoises de ce secteur actif depuis mars 2000 à Montréal, celles-ci fournissent plus de 800 emplois directs de haut niveau, occupés surtout par des jeunes. Leurs ventes annuelles sont de l'ordre de 160 millions de dollars, et l'industrie connaît une très forte croissance (15 à 20 % par année). La très grande majorité de ces entreprises ont commencé à vendre leurs produits et services sur les marchés étrangers, le marché intérieur ne pouvant leur assurer un telle croissance. La mise en place de QUÉBEC ANIMFX répond à ce besoin de réussir sur le marché international en se donnant un grande visibilité et une stratégie commune de développement.

Selon des données fournies par ce regroupement, le marché mondial de l'animation et des effets visuels est en croissance exponentielle. Celui-ci, pour les États-Unis seulement, à au moins 3 milliards de dollars américains. Les principaux marchés géographiques sont, outre les États-Unis, le Mexique, l'Amérique de Sud et l'Europe.

8.2.4 LA PROBLÉMATIQUE

8.2.4.1 La concentration des activités de production et de postproduction et leurs liens de propriété

Au fil des recensions des prestataires de services techniques, il a été possible de constater qu'il existait, pour chaque domaine de services, une relative concentration de la propriété des équipements. En effet, dans les différents secteurs, il y avait le plus souvent quelques entreprises de grande taille et une multitude de petites entreprises : ainsi, pour les studios de tournage, le quatuor Moliflex-White, Location Michel Trudel, IceStorm et Covitec représente à lui seul près de 317 681 pi^2 de la surface totale des studios au Québec, soit 70,5 %. Les projets de création de nouveaux studios et d'agrandissement des infrastructures existantes devraient affirmer davantage ce phénomène de concentration.

De la même manière, au Canada, la location d'équipement et de caméras relève de trois gros joueurs : PSP, Clairmont Cameras et Moliflex-White.

En ce qui a trait aux liens entre producteurs de contenus et prestataires de services techniques, ceux-ci s'observent de plusieurs manières. Il y a les producteurs qui utilisent leurs parcs d'équipement pour offrir des prestations des services techniques (location, tournage, postproduction) afin de financer leur activité de production (Cinéfilms et Production Vidéo). Il y a également les producteurs de contenus qui offrent des services de postproduction soit directement (Productions Pascal Blais), soit par l'entremise d'une de leurs divisions (Cinar Studios) ou d'une filiale (CinéGroupe Postproduction). Il y a enfin toutes les entreprises de multimédia qui sont actives à parts égales dans tous les secteurs (cinéma, télévision, publicité et multimédia) et ce, tant en production qu'en postproduction.

8.2.4.2 La situation géographique, les emplois et le volume d'affaires des industries

Selon le Bureau du Cinéma de Montréal, 98 % des infrastructures techniques sont concentrées sur le territoire de Montréal où se font 92 % des tournages chaque année. La situation est semblable pour l'industrie audiovisuelle en France, où 90 % des entreprises de services techniques sont concentrées en Île-de-France. Notre recension des studios de tournage québécois a confirmé la concentration des services à Montréal. Il est à noter toutefois que deux des trois projets de nouveaux studios sont situés en dehors de l'île de Montréal. La création de la Cité du multimédia, qui s'inscrit dans une volonté de regrouper les entreprises d'un même secteur d'activité au sein d'un pôle géographique, et le profil de l'économie québécoise font que les entreprises d'effets spéciaux et d'animation sont également concentrées à Montréal, à quelques exceptions près dont la plus notable est Hybride Technologie, située à Piedmont.

Il n'a pas été possible de déterminer le nombre de personnes employées par les entreprises de services techniques. Outre l'absence de données, nos prospections indiquent que le recensement ne sera pas facile pour plusieurs raisons : d'abord parce que nombreuses sont les entreprises qui œuvrent dans plusieurs secteurs d'activités (industrie de la scène, du disque ou du multimédia). Ensuite, parce qu'au sein des entreprises les activités sont diverses (commerce de gros et de détail et location d'équipement, production et postproduction) ou parce que l'activité de

prestation de services n'est qu'une activité d'appoint peu significative quant au chiffre d'affaires. Par conséquent, pour faire une évaluation précise des emplois dans ce secteur, il faudra préciser les paramètres de qualification.

Quant à l'ordre de grandeur, le secteur compte quelques grandes entreprises et de nombreuses PME. Les seuls chiffres globaux disponibles sont ceux relatifs à la main-d'œuvre employée dans l'industrie du cinéma et de la télévision. Selon les données du rapport *Profil 2001* préparé par l'ACPFT-APFTQ, 37 500 emplois directs ou indirects ont été créés au Québec en 2000 par l'industrie de la production. En appliquant le ratio entre emploi direct et indirect (38 %), nous arrivons au chiffre de 14 540 emplois directs dans la production. Il a toutefois été impossible pour Contracom de préciser un volume de main-d'œuvre spécifique aux industries techniques.

Il n'a pas été possible non plus de connaître les chiffres d'affaires des entreprises. Toutefois, en collaboration avec certains membres de l'AFST (Association des fournisseurs de services techniques), Contracom a pu faire une évaluation approximative des chiffres d'affaires relatifs à plusieurs activités. Ainsi, en considérant 29 entreprises significatives de tous les secteurs de la postproduction, il est possible d'estimer un chiffre d'affaires global d'environ 56 000 000 $. Les effets spéciaux et l'animation représenteraient entre 19 et 21 millions de dollars de ce total, les activités de transfert et de duplication entre 4 et 6 millions, les prestations de montage visuel et sonore entre 27 et 29 millions tandis que les prestations diverses représenteraient entre 2 et 4 millions. Ces montants seraient encore plus élevés si l'on étendait l'analyse à toutes les entreprises de postproduction concernées et si l'on incluait les activités des différents fournisseurs d'équipement.

8.2.4.3 Les développements technologiques

Ces développements ont permis, d'une part, d'effectuer plus simplement et plus rapidement toute une série d'opérations de postproduction (des plus simples : montage ou mixage, aux plus complexes et toujours plus impressionnantes : animation 2D-3D et effets spéciaux). D'autre part, ils ont permis à un plus grand nombre d'entreprises ou d'individus d'offrir ce type de services. Depuis cinq ans, le secteur de l'infographie et des effets numériques est en plein essor. En effet, la croissance exponentielle de la capacité des ordinateurs et la baisse progressive du coût d'équipement (matériel et logiciels) ont fait en sorte qu'il n'est plus nécessaire de recourir à de l'équipement spécialisé de type SGI pour bâtir des stations de travail d'infographie performante. Désormais, avec les ordinateurs standards (Pentium III et Pentium IV), des entreprises ou des travailleurs autonomes sont en mesure d'offrir un service de postproduction performant pour un investissement moindre. Ce phénomène aura nécessairement des effets à long terme sur certaines des activités actuelles des prestataires de services techniques.

Le développement des effets numériques offre également de nouvelles possibilités de tournage grâce aux studios à écran bleu ou vert, ainsi qu'aux techniques de studio virtuel. Le perfectionnement grandissant de ces techniques permet de faire de plus en plus l'économie de décors complexes ou de tournages en extérieurs. Montréal possède plusieurs plateaux équipés de tels écrans (Mel's Studios, IceStorm, Cité Ciné) ainsi qu'une entreprise dotée d'un studio virtuel (Centre T.I.V.). Même si cela ne constitue actuellement qu'une infime partie de l'activité et des

infrastructures de tournage au Québec, il serait souhaitable de s'attarder à l'évolution de ce type d'offre au cours des prochaines années.

Par ailleurs, les développements techniques d'Internet permettent déjà aux producteurs de recourir au prestataire de services, non pas selon sa proximité géographique, mais bien selon son expertise. Ainsi, Hybrides Technologies a réalisé les effets spéciaux de la production américaine *Spy Kids*, qui n'a pas été tourné à Montréal. Le développement des liens à haut débit entre les principaux centres de production audiovisuelle mettra tous les prestataires de services numériques en postproduction sur un pied d'égalité géographique. Si cette perspective ouvre de nouveaux marchés, elle crée en parallèle de nombreux concurrents : à services égaux, toutes les entreprises d'effets spéciaux branchées sont potentiellement à concurrence égale, quelle que soit leur origine. Là où la proximité physique demeure un critère déterminant (développement de films, duplication de cassettes, petits contrats), les prestations ne seront pas concernées par cette évolution. Toutefois, pour tous les services dont le résultat est numérisable, ce sera le cas.

8.2.5 CONCLUSION

Les industries techniques de la production audiovisuelle ont connu une très forte croissance au cours des quinze dernières années, croissance qui correspond à celle du secteur de la production indépendante et de l'ouverture du marché montréalais aux productions américaines. Cependant, quoique nombreuses et diversifiées, les entreprises de ce secteur sont, à quelques exceptions près, de taille petite à moyenne, capables de répondre aux besoins du marché intérieur, mais ayant besoin de prendre de l'expansion, notamment dans le secteur des studios de prise de vues, pour être en mesure de répondre aux besoins des grosses productions internationales.

Tel qu'il a été mentionné, le domaine des industries techniques se caractérise par une très forte concentration géographique, à Montréal, et économique, aux mains de quelques grands joueurs capables d'offrir toute la gamme de services allant de la production à la postproduction.

Le passage à la technologie numérique constitue un grand défi pour les locateurs d'équipement, notamment en raison des investissements considérables liés.

ANNEXE

Tableau synoptique des studios de prise de vues au Québec

Nom des entreprises	Nb	Dimensions des plateaux *(longueur, largeur, hauteur en pieds)*	Superficie *(pi^2)*	Superficie totale *(pi^2)*
Air M.S. Media	1	50 x 40 x 16	2 500	2 500
André Cornelier	1	60 x 33 x 14	2 000	2 000
Cinéfilms et vidéo	1	60 x 40 x 16	2 400	2 400
Ciné Cité Montréal *(Moliflex-White)*	6	162 x 114 x 20 146 x 103 x 45 143 x 94 x 28 120 x 82 x 24 101 x 95 x 24 96 x 80 x 17	18 468 15 038 13 442 9 840 9 595 7 680	74 063
Ex Machina	2	58,3 x 54 x 29,6 51 x 26 x 17,3	3 148 1 326	4 474
IceStorm Studios	5	222 x 138 x 36 222 x 68 x 36 176 x 75 x 36 176 x 70 x 36 176 x 60 x 36	30 636 15 096 13 200 12 320 10 560	81 812
Maison du Septième Art	2	120 x 60 x 34 50 x 45 x 18	7 200 2 250	9 450
Mel's Cité du Cinéma – Trudel Cité du Havre	5	130 x 105 x 26,5 100 x 90 x 36,5 100 x 90 x 36,5 100 x 60 x 25 80 x 50 x 24	13 650 9 000 9 000 6 000 4 000	41 650
Mel's Cité du Cinéma – Trudel Technoparc	3	300 x 120 x 40 150 x 100 x 40 150 x 100 x 40	36 000 15 000 15 000	66 000
PMT vidéo	1	80 x 60 x 16,6	4 800	4 800
Production Recto-Verso	2	82 x 55 x 18 47 x 47 x 18	4 500 2 209	6 709
Production multivisuelle	1	40 x 30 x 12	1 200	1 200
Production Pascal Blais	1	-	1 904	1 904
Société Radio-Canada (SRC)	7	70 x 60 x 15 70 x 60 x 15 70 x 60 x 15 70 x 60 x 15 70 x 60 x 15 70 x 60 x 15 90 x 69 x 70	4 200 4 200 4 200 4 200 4 200 4 200 6 210	31 410
Studio 8^e avenue	1	86 x 70 x 25	6 020	6 020
Studio du Centre ville *(Covitec)*	2	60 x 57 x 15 56 x 31 x 13	3 420 1 736	5 156
Studio Economik	1	30 x 50 x 20	1 500	1 500

Nom des entreprises	Nb	Dimensions des plateaux *(longueur, largeur, hauteur en pieds)*	Superficie *(pi^2)*	Superficie totale *(pi^2)*
Studio Lasalle *(Covitec & Moliflex-White)*	3	140 x 75 x 23 140 x 75 x 23 140 x 100 x 23	10 500 10 500 14 000	35 000
Studio Ogilvy *(Covitec)*	2	90 x 60 x 15 75 x 48 x 13	5 400 3 600	9 000
Studio Olympique	1	140 x 60 x 28	8 400	8 400
Studios Québec	2	38,5 x 38,5 x 12 30 x 30 x 12	1 482 900	2 382
Studios Saint-Ambroise	3	90 x 46 x 19 55 x 32 x 19 40 x 23 x 19	4 140 1 760 920	6 820
Studio Saint-Paul *(Moliflex-White)*	1	100 x 50 x 26	5 000	5 000
Studio Saint-Martin	2	90 x 84 x 18 87 x 80 x 18,5	7 560 6 960	14 520
Studios Shanda	2	50 x 24 x 16 50 x 24 x 16	1 200 1 200	2 400
Télé-Québec	3	58 x 38 x 14,6 65 x 54 x 15 86 x 70 x 15 et 32	2 204 3 510 6 020	11 734
TVA / Télé 4	1	35 x 30 x 15	1 050	1 050
TQS (Québec)	1	80 x 45 x 15	3 600	3 600
Usine C	2	92 x 60 x 38 60 x 40 x 25	5 520 2 400	7 920
Totaux	**65**			**[illegible] 874**

Parc de régies mobiles

Entreprises	Régies mobiles	Cars de reportage	Ensembles mobiles
Le groupe Sync.			1
Le studio Mobile	1		
Pixcom Production	1		
Référence Vidéo-Mobil Image	2	1	
Société Radio-Canada	4		
Témoins Production	1	1	
TVA	3	3	
Enregistrement Karisma	2		
Groupe Berger Son et Lumière	1		
Dome Production	6		
Wic Mobile Production	6		
Totaux	**27**	**5**	**1**

Tableau de 50 locateurs d'équipements

Entreprises	Caméra et équipements	Caméra vidéo et équipements	Équipements éclairage et grip	Équipements de son
ABC audiovisuel		Oui	Oui	Oui
Air M.S. média		Oui		
Axion Sonorisation éclairage			Oui	Oui
Beau son productions				Oui
Cinéfilms et vidéo productions	Oui	Oui	Oui	Oui
Clack son				Oui
Classe A				Oui
Concept delta			Oui	
Covitec		Oui	Oui	Oui
Covitech Ottawa			Oui	Oui
Cyrano services de télésoufleurs	Oui			
Dussault		Oui		Oui
Éclairage Québec			Oui	
Éclairages chromas			Oui	
Éclairage Projec (Les)			Oui	Oui
Entreprises digitec mp (Les)		Oui		
Entreprises vidéo service (Les)		Oui		
Grouper Berger son et lumière				Oui
Groupe Kloda pro (Le)				Oui
Groupe Moliflex-White	Oui	Oui	Oui	
Groupe sync (Le)		Oui		Oui
GS audio			Oui	Oui
Imagidé		Oui		
intelliprompt	Oui			
Karisma audio				Oui
Kelvin technick		Oui		
La Bande Vidéo		Oui	Oui	Oui
Location Michel Trudel	Oui	Oui	Oui	Oui
Lyca inc.		Oui		
Main film	Oui	Oui	Oui	Oui
MD communication			Oui	Oui
Molignak inc. (Les productions)			Oui	
ONF		Oui		
Prime centre d'artiste		Oui	Oui	Oui
Production station services		Oui		
Productions cinépool inc. (Les)			Oui	
Productions Vic Pelletier (Les)		Oui		
Référence vidéo		Oui		
Reflet Son et Lumière A.L.			Oui	Oui
Showmédia technologies			Oui	Oui
Solotech-location		Oui	Oui	Oui
Sono vidéo		Oui	Oui	Oui
Spirafilm	Oui			
Studio Lasalle		Oui	Oui	
Studio Shanda		Oui		
Télé-Québec		Oui		
Témoin production		Oui		
TVA/Télé 4 service de production		Oui	Oui	Oui
Video assist		Oui		
Vidéographe production		Oui	Oui	Oui

Liste des entreprises qui offrent des services de postproduction sonore
(Les entreprises qui offrent aussi des services de postproduction image figurent en gras)

3SG Les services sonores
Air M.S. Média
Alain Gounelle
Audiobec sonorisation / studio
Audio Z
Audio Zone
Audio-Téléport
Boucher, Dianne
Cinar Studios
Cinéfilm et vidéo productions
Ciné-groupe postproduction
Cinogène
Corivo production
Covitec
Créations Midicom
Denis Boucher communications
Dupire, Louis
Force majeure
Ginsonic
Klang-D-Zing
Listen Audio productions
LPS Voice-Overs
Main Film
Marko audio production
Midi sonnant
Modulations
Multitub international
Multivat Média
Muses, Le Centre
ONF
Optimum productions
Postproduction Montréal
Post-sciptum
Premium Sound
Productions Audio Z
Productions Cross Roads (Les)
Productions Forme majeure
Productions sonores Innovation (Les)
Productions Victor audio F.X.
Productions Peak
Roger Guérin
S.P.R. Postproduction audio
Sonart productions
Sono-Télé
Spirafilm
SPR Inc. postproduction audio
Studio 270
Studio 408 / Cdxpress
Studio Cogicom
Studio Concept
Studio de son central
Studio d'enregistrement Amadeux
Studio du Divan vert (Le)
Studio Harmonie (Le)
Studio Harmonie
Studio Midi
Studio Morin-Heights
Studio Nostre Dame
Studio Shanda
Studio Toc Son
Studio Toutatis (Le)
Studio Victor
Studios Piccolo
Télé-Québec
Total Création
Traduction Orthho-Pro
TVA international postproduction
Voice Art Productions
Zéro DB

Liste des entreprises qui offrent des services de postproduction image
(Les 40 entreprises sélectionnées par Qui fait quoi sont suivies d'un *)

A & B Original
ACPAV
Air M.S. média
Altimage
Animation Drouin
Animavision*
Arna médiatextes
Artefactum
Audiobec
Avant garde vidéo
Avide productions
Bureau de postproduction (Le)
Big bang animation*
Big cactus digital
Boris design
Bourelle, Stephane
Bureau de postproduction*
Canal vox-vidéotron Mtl
Cantin nouveaux médias
CDMED productions
Central national de sous-titrage
PST
Centre de traitement en imagerie virtuelle
Centre Saint-Pierre*
Centre vidéo
Cinar studios*
Cinéfilms et vidéo productions*
Cinégroupe postproduction*
Ciné-Magie
Ciné-triste
Cinoque
Cinram*
Claude Blain montage négatif
Concept tai
Contact visuel
Côte postproduction Ltée
Covitec*
Dana vidéo média*
Daniel Tremblay animation 3D
Denis Boucher communications*
Design postage
Diabolina productions
Digiframe
Digipix
Digipoint
Digital cut postproduction*
Distribution magnétique
Dromadaire média*
Écran total
Électro
Entreprise vidéo service
Fizz imagination
Flip-animation
Fly studio
Fog studio d'animation
Foufilms
Globe Video / Globe FX
Groupe Image buzz*
Groupe multimédia
Hybride technologies*
IceStorm entertainment
Inferno productions
Interstation
Ipso facto multimédia
Jean Roy enr.
Kalco design
Kinograph
Klik animation
Lambert multimédia*
Lapost média
Latitude cinématic
LSF audiovisuel
Main film
Maison de montage Luhovy (La)
Mangouste
Média vision
Meiven Chan enr.
Mimosa productions
Mobilimage – Référence Vidéo*
Montage photo-ciné vidéo
Montage vidéo G.M.
Morue tigrée (La)
Multivet média*
Multivision
Nutaaq média*
Opéravidéo production
P.C.S. production*
PMT vidéo*
Post modern studio
Postproduction Montréal*
Post-sciptum
PRH création image
Prim. centre d'arts médiatiques
Prod MD
Production ckm9
Production Donald Charest
Production M.D.
Production 10e ave.
Productions bel-image (Les)
Productions cue
Productions imagène
Production Lany (Les)
Productions Médérick PCMA 3D
Productions Michel Mills Ltée
Productions multi-mode
Productions multivisuelles BCE
Productions novel Inc. (Les)
Productions Pascal Blais (Les)
Productions pixiris (Les)
Productions sonimage (Les)
Productions technovidéo (Les)
Production Voice Art*
Pytha-gore
Quaz'art media design
Reference Video
RM montage vidéo
Rock & render
RSB vidéo*
Savana design communications
Secteur 3 broadcast design
Séquences
Services de production Karma*
Services Vidéo Quartzz*
Sette Ltée*
Softitler Canada
Sono-dimension vidéo
Sous titrage plus
Slice postproduction*
Spirafilm
Station 29 postproduction*
Studio Side City
Studio Shanda
Sub communications
Technicolor Canada*
Techni-Logique*
Télé-4 / service de production*
Telecine Multimedia
Télépoint*
Télé-Québec
Télés vidéo
Télé-vision (84)
Témoin production*
TFX animation
Tin Can postproduction
Total création
Transcodage international
Trigone animation
Tube image studios*
TVA international
Universo*
V.D. traduction
Vidéo delta
Video express
Vidéographe production*
Villeneuve, Éric
Virtua*
Virtuel image productions
Vision globale*
Voice art productions
Voodoo arts*
Wam studio
Weird zone
Wretched film

9 LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE

On nous a demandé de présenter, en conclusion, un «modèle économique» qui décrit schématiquement l'organisation de l'industrie et les relations entre ses composantes, ainsi que le cheminement des flux monétaires de la consommation à la production. Nous présentons deux modèles, l'un lié à l'industrie de la production télévisuelle et l'autre à l'industrie de la production cinématographique (longs métrages de fiction), puisque chacune de ces industries possède ses propres caractéristiques et acteurs.

9.1 LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE

Comme l'indique le schéma présenté en fin de chapitre, le modèle économique de la production télévisuelle québécoise s'inscrit dans le cadre général du système de la radiodiffusion québécoise de langue française, un système réglementé qui exige que toutes les entreprises de radiodiffusion canadiennes contribuent au financement et à la diffusion d'une programmation canadienne de qualité.

9.1.1 LES SOURCES DE RECETTES DES ENTREPRISES DE PROGRAMMATION DE RADIODIFFUSION

Les entreprises de programmation de radiodiffusion (EPR) qui acquièrent, produisent et diffusent cette programmation télévisuelle canadienne s'alimentent à l'une ou plusieurs des trois principales sources de revenus que sont les annonceurs, les téléspectateurs et les contribuables, soit : les recettes publicitaires, les revenus d'abonnements, et les crédits gouvernementaux.

Pour les besoins du présent modèle économique, nous avons assimilé au système québécois de la radiodiffusion l'ensemble des stations de télévision conventionnelle privées (de langue française et anglaise) établies au Québec[52], le réseau français de Radio-Canada, Télé-Québec et l'ensemble des services de télévision spécialisée et payante de langue française qui étaient en exploitation en 1999.

C'est bien sûr une approximation : des producteurs québécois réalisent aussi des émissions pour le compte de diffuseurs conventionnels publics et privés situés hors Québec et de services de télévision spécialisée et payante de langue anglaise; inversement, des diffuseurs situés au Québec acquièrent des émissions produites hors Québec. Toutefois, cela fournit un ordre de grandeur qui nous semble pertinent pour établir un modèle économique à l'échelle québécoise.

– Les recettes publicitaires

Les diffuseurs conventionnels privés tirent l'essentiel de leurs revenus des recettes publicitaires; les diffuseurs conventionnels publics tirent une partie de leurs revenus de la publicité, une autre des crédits gouvernementaux ou des subventions de fonctionnement que leur accordent les

[52] Ce qui veut dire que, dans les cas des réseaux où la tête de réseau est établie hors Québec (CBC, CTV, Global), seules les recettes et dépenses des stations affiliées à ces réseaux qui sont établies au Québec sont prises en compte.

gouvernements. La plupart des services spécialisés (sauf VRAK TV et TV5) tirent une portion de leurs revenus de la publicité, bien que la majeure partie de leurs revenus provienne des abonnements. Seuls les services de télévision payante (et à la carte) ne tirent aucun revenu de la publicité.

La publicité joue donc un rôle important dans le financement d'ensemble du système de la radiodiffusion, et particulièrement des EPR. Comme les dépenses de publicité des différents produits et services sont comptabilisées dans le coût à l'acheteur ou à l'usager de ces biens et services, c'est donc le public ou la population qui en assume les frais.

En 1999, il s'est dépensé 2 358 millions de dollars en publicité télévisuelle au Canada, dont 514 millions de dollars au Québec (source : Carat Expert).

De ce montant global, les télédiffuseurs conventionnels privés établis au Québec ont reçu environ 355 millions de dollars (incluant le paiement des réseaux aux stations); le réseau français de la SRC, environ 111 millions de dollars, les services spécialisés de langue française environ 43 millions de dollars, et Télé-Québec environ deux millions de dollars, pour un total de 511 millions de dollars[53] (sources : CRTC, relevés statistiques et financiers; demande de renouvellement de licence de la SRC; Télé-Québec).

– Les recettes d'abonnement

Dans le cas de la télévision spécialisée et payante, la principale source de recettes est le tarif mensuel de gros que les services facturent aux entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Ces dernières le facturent aux abonnés à la télédistribution, en ajoutant une marge bénéficiaire. Les services conventionnels — privés ou publics, généralistes ou éducatifs — ne bénéficient pas de revenus d'abonnement.

En 1999, les recettes de l'ensemble des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) canadiennes (câblodistribution, SRD, SDM, TPA) s'établissaient à 3 469 millions de dollars (source : CRTC), dont environ 760 millions de dollars au Québec.

De ce montant, 173 millions de dollars ont été versés par les EDR aux services canadiens de télévision spécialisée et payante de langue française, en 1999.

En vertu de la réglementation, les EDR de grande taille doivent contribuer directement au financement de la production canadienne. Cette contribution, représentant 5 % de leurs recettes annuelles brutes de radiodiffusion, peut s'appliquer au financement de la télévision communautaire, le cas échéant, et en versement au Fonds canadien de télévision (FCT) ou à d'autres fonds de production. En 1999, selon le CRTC, les EDR ont consacré 75 millions de dollars aux chaines communautaires; elles ont versé 72 millions de dollars au FCT

[53] L'écart entre les 514 millions de dollars de Carat Expert et les 511 millions de dollars du total par catégorie de diffuseur peut s'expliquer par un facteur d'arrondissement et par le fait qu'une portion des dépenses publicitaires peut être canalisée vers des services exemptés (télé-achats, télé-annonces, etc.).

et huit millions de dollars à d'autres fonds de production, pour un total de 80 millions de dollars allant à des fonds de production.

– Les crédits gouvernementaux et les subventions de fonctionnement

Les télévisions publiques ont accès à un financement de fonctionnement provenant de l'État. En 1999, la part des crédits gouvernementaux de Radio-Canada/CBC qui est allée au réseau français de télévision de la SRC était de 183 millions de dollars, selon la SRC (renouvellement de licence). Télé-Québec a reçu, pour sa part, 56 millions en subvention de fonctionnement de la part du gouvernement du Québec.

Pour être précis, il faudrait ajouter que TV5 Québec-Canada a aussi reçu en 1999 des subventions de fonctionnement de la part des gouvernements canadien (3,8 millions) et québécois (2,8 millions) totalisant près de 7 millions de dollars.

– Les revenus totaux des entreprises de programmation de radiodiffusion (EPR)

À ces trois sources principales de revenus des EPR du système de la radiodiffusion québécoise s'ajoutent notamment des revenus de vente d'émissions. Au total, les EPR du système de la radiodiffusion québécoise ont réalisé en 1999 des revenus globaux de l'ordre de 1 milliard de dollars, dont :

- télévision conventionnelle privée :	409 millions de dollars
- télévision conventionnelle publique :	386 millions de dollars
- télévision spécialisée et payante :	224 millions de dollars
- total :	1 019 millions de dollars

Les revenus de la télévision conventionnelle privée se sont répartis comme suit : TVA, 253 millions de dollars; TQS, 44 millions; autres francophones[54], 50 million; stations anglophones[55], 62 millions (source : CRTC).

Les revenus de la télévision conventionnelle publique se sont répartis comme suit : Radio-Canada, 320 millions de dollars; Télé-Québec, 66 millions. (source : SRC, renouvellement de licence et Télé-Québec).

Les revenus de la télévision spécialisée et payante se sont répartis comme suit : télévision spécialisée de langue française[56].: 193 millions de dollars; télévision payante, 31 millions (source : CRTC).

---

[54] Il s'agit des stations privées affiliées à la SRC, à TVA ou à TQS qui appartiennent à d'autres propriétaires (Cogeco, Radio-Nord, etc.).

[55] Il s'agit des stations privées affiliées à CTV, à CBC ou à Global.

[56] Un tiers des revenus et dépenses de Télétoon/Teletoon et Météomédia/The Weather Network a été pris en compte pour les besoins du modèle économique.

9.1.2 LES DÉPENSES DE PROGRAMMATION CANADIENNE DES ENTREPRISES DE PROGRAMMATION DE RADIODIFFUSION (EPR)

Sur ces revenus totaux d'un peu plus de 1 milliard de dollars, les EPR ont consacré environ 475 millions de dollars en dépenses de programmation canadienne, répartis de la façon suivante : 249 millions pour les diffuseurs conventionnels publics, 141 millions pour les diffuseurs conventionnels privés et 85 millions pour la télévision spécialisée et payante de langue française. Cette répartition vise notamment à atteindre les obligations réglementaires qui leur sont imposées en matière de pourcentage de contenu canadien diffusé (tous), de diffusion hebdomadaire d'émissions prioritaires canadiennes (grands réseaux conventionnels) ou de pourcentage de dépenses de programmation canadienne (services spécialisés et payants)[57].

Ces dépenses de programmation canadienne (qui incluent les dépenses de développement ainsi que les frais de doublage et de sous-titrage codé des émissions) ont été en partie consacrées à l'acquisition d'émissions indépendantes, en partie consacrées à la production interne (locale ou réseau) ou affiliée ainsi qu'à l'acquisition d'émissions produites par d'autres diffuseurs.

Au total, 116 millions de dollars ont été consacrés à l'acquisition d'émissions indépendantes, partagées à parts presque égales entre les trois grandes catégories de diffuseurs, soit 39 millions par les services de télévision spécialisée et payante, 39 millions par les diffuseurs conventionnels publics et 38 millions par les diffuseurs conventionnels privés.

Le solde, soit 359 millions de dollars, a été affecté à la production interne, locale et réseau, à la production affiliée, à l'acquisition d'émissions produites par d'autres diffuseurs et à d'autres types de production non précisés, répartis comme suit : 210 millions par les diffuseurs conventionnels publics, 103 millions par les diffuseurs conventionnels privés et 46 millions par les services spécialisés et payants.

---

[57] Notons que les obligations imposées en 1999 étaient dans certains cas différentes de celles que nous énumérons ici, soit les obligations actuelles découlant de la nouvelle politique télévisuelle canadienne mise en œuvre à compter de septembre 2000. Pour plus de détails, voir le chapitre 5.3, Diffusion.

9.1.3 LES SOURCES DE FINANCEMENT DE LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE QUÉBÉCOISE

Les productions télévisuelles indépendantes québécoises se financent à partir de quatre sources principales : premièrement, les entreprises de programmation de radiodiffusion (EPR) canadiennes auxquelles cette production est destinée; deuxièmement, les entreprises de programmation de radiodiffusion étrangères qui diffusent également ces émissions; troisièmement, les aides à la production, directes ou fiscales, provenant de programmes et de fonds gouvernementaux ou mixtes; quatrièmement, le financement privé provenant des producteurs eux-mêmes (investissements, emprunts), de commanditaires et de différés de maisons de services ou du personnel créatif ou artistique.

– Financement provenant des entreprises canadiennes de programmation de radiodiffusion

On a vu plus tôt que les EPR du système de la radiodiffusion québécoise ont réalisé des revenus d'environ 1 milliard de dollars, dont 475 millions de dollars ont été affectés à la programmation canadienne, et 116 millions de dollars à l'acquisition d'émissions indépendantes.

De ce montant de 116 millions de dollars, 72 millions de dollars ont été versés en droits de diffusion à de nouvelles émissions financées par le crédit d'impôt remboursable (CIR) québécois en 1998-1999, et un peu plus de 1 million en investissement dans ces mêmes émissions, pour un total de 74 millions. Par ailleurs, près de 9 millions de droits de diffusion provenaient de diffuseurs canadiens hors Québec.

L'écart considérable entre les 116 millions de dollars de dépenses d'acquisition d'émissions indépendantes et les 74 millions versés en investissements ou en droits de diffusion à de nouvelles émissions financées par le CIR québécois en 1998-1999 s'explique par plusieurs facteurs :

- les dépenses d'acquisition d'émissions indépendantes s'appliquent aux émissions originales en première diffusion autant qu'aux films et aux émissions de répertoire produites au cours des années antérieures;
- elles s'appliquent à l'acquisition d'émissions canadiennes — originales ou de répertoire — produites hors Québec ainsi que, le cas échéant, aux frais de doublage de ces émissions en français;
- elles s'appliquent à des catégories d'émissions (sports, jeux non destinés aux enfants, émissions-causerie, reportages et actualités, certains types d'émissions quotidiennes sans valeur de reprise, etc.) qui ne sont pas admissibles au CIR québécois;
- elles comprennent, dans le cas des diffuseurs privés, conventionnels ou spécialisés, les montants déboursés par le volet Programme de droits de diffusion (PDD) du Fonds canadien de télévision (FCT) pour soutenir les productions indépendantes destinées à leur antenne que ces diffuseurs sont autorisés à comptabiliser à titre de dépense de programmation canadienne. Selon nos estimations, environ 19 millions de dollars sur les 28 millions de dollars de contribution du PDD au financement des productions télévisuelles québécoises ont pu être comptabilisés par les diffuseurs privés à titre de dépense de programmation canadienne;

- les exercices financiers du CIR (décisions préalables) et des diffuseurs ne coïncident pas.

Par ailleurs, les EPR et les EDR contribuent de façon indirecte au financement des productions télévisuelles québécoises indépendantes, en alimentant des fonds privés ou, dans le cas des EDR, le Fonds canadien de télévision. Ainsi :

- environ 16 millions de dollars sur les 28 millions de dollars de déboursés du volet PDD du FCT qui ont contribué au financement des productions télévisuelles québécoises en 1999 provenaient de la contribution des EDR à ce fonds mixte;

- une portion non déterminée (mais inférieure à trois millions de dollars) du solde total du financement privé de 76 millions de dollars provenait de la contribution de fonds privés créés et alimentés par des EPR ou des EDR.

Au total, l'ensemble des entreprises canadiennes de radiodiffusion, EDR et EPR, établies au Québec ou hors Québec, ont versé directement (investissements, droits de diffusion) ou indirectement (fonds mixtes et privés) pour environ 100 millions de dollars sur les 498 millions de volume de production télévisuelle québécoise soutenue par le CIR québécois en 1998-1999, soit environ 20 % du total.

Par ailleurs, les distributeurs canadiens versé pour environ 23 millions de dollars à titre de financement de ces émissions, avances reposant principalement sur le potentiel de vente de ces dernières à des diffuseurs canadiens autres que le ou les diffuseurs déclencheurs — autres catégories de diffuseurs, autre marché linguistique — ainsi que sur d'autres fenêtres au Canada (vidéo domestique, marché institutionnel, etc.). Au total, c'est donc environ 25 % du financement total des productions télévisuelles québécoises qui provient, directement ou indirectement, de télédistributeurs, de diffuseurs et de distributeurs canadiens.

– Financement provenant du public ou des marchés étrangers

Une portion de la production télévisuelle québécoise est exportée et sera présentée par des diffuseurs étrangers un peu partout dans le monde. Ce que l'on peut considérer comme la contribution du public ou des marchés étrangers au financement des productions télévisuelles d'ici se retrace :

- par l'apport des partenaires étrangers dans les coproductions internationales, qui a été de l'ordre de 82 millions de dollars en 1999;

- d'autre part, par les avances des distributeurs étrangers et exportateurs canadiens, qui ont été de l'ordre de 79 millions de dollars en 1999.

Au total, les marchés étrangers ont donc versé 161 millions de dollars à titre de financement de la production télévisuelle québécoise en 1999, ce qui représentait environ le tiers du financement total, de 498 millions.

– Financement provenant des gouvernements (aide publique)

L'administration publique intervient à plus d'un titre dans ce « modèle économique ».

Comme on l'a vu précédemment, le gouvernement fédéral intervient d'abord par l'entremise de la réglementation du système de radiodiffusion canadienne, sans laquelle la contribution des EDR et EPR ainsi que la demande d'émissions canadiennes ne seraient pas de même importance.

Les gouvernements fédéral et provincial interviennent également en versant des crédits ou des subventions de fonctionnement au réseau français de la SRC et à Télé-Québec respectivement, qui constituent leur principale source de recettes (surtout pour Télé-Québec), et qui forment une part importante de leurs dépenses de programmation canadienne. Les gouvernements, commissions parlementaires et ministères responsables de ces deux sociétés contribuent également à définir leurs missions et orientations.

Enfin, les gouvernements fédéral et provincial interviennent au moyen d'une aide financière directe ou d'une aide fiscale au développement et à la production d'émissions de télévision canadiennes ou québécoises :

- sur le plan fiscal, les programmes de CIR québécois et canadien ont permis de verser respectivement 62 millions de dollars et 36 millions à titre de financement de la production télévisuelle québécoise soutenue par le CIR québécois en 1999;

- le Fonds canadien de télévision (volet PDD, partie de financement public provenant du ministère du Patrimoine canadien) a versé pour environ 12 millions de dollars;

- Téléfilm Canada, par son volet PPC du FCT (35 millions de dollars), la SODEC (2,5 millions) et d'autres sociétés d'aide, organismes et programmes gouvernementaux (9 millions) ont versé collectivement 46,5 millions de dollars.

L'aide financière publique, directe et fiscale, accordées aux productions télévisuelles québécoises soutenues par le CIR québécois s'est donc établie à près de 157 millions de dollars, ce qui représente environ 31 % du coût total de production.

– Financement provenant du secteur privé

Une partie du financement privé total de 76 millions de dollars provient d'investissements de diffuseurs ou de fonds privés créés à l'initiative des EPR, et une autre des contributions des EDR au FCT ou à des fonds privés; elles ont été traitées précédemment comme des contributions indirectes des entreprises de radiodiffusion canadiennes.

Le solde (environ 55 millions de dollars) est essentiellement composé des investissements propres des producteurs (23 millions) ainsi que de prêts et de commandites (31 millions). Les différés, avances spéciales et apports nets d'autres investisseurs, représentent collectivement moins de 1 million. Ces apports représentent environ 11 % du financement total de la production télévisuelle québécoise soutenue par le CIR québécois.

En résumé, on peut dire que le modèle économique de la production télévisuelle québécoise se caractérise, contrairement à celui de la production cinématographique :

- par des mécanismes de régulation de tous les intervenants qui se situent entre la production proprement dite et le public, mécanismes qui

  - stimulent la demande d'émissions canadiennes (priorité et prépondérance accordées à la distribution des services canadiens par les EDR, exigence de contenu canadien minimal imposée par le CRTC à tous les EPR, exigence de diffusion hebdomadaire d'émissions prioritaires canadiennes imposée aux grands réseaux), et

  - obligent toutes les EDR et EPR à contribuer au financement d'émissions télévisuelles québécoises et canadiennes et à faire grandement appel aux producteurs indépendants canadiens à cette fin;

- par des mécanismes complémentaires de stimulation de l'offre, au moyen de programmes d'aide au financement du développement et de la production d'émissions télévisuelles québécoises, et notamment d'émissions indépendantes, soutenus par les programmes fiscaux et l'aide publique directe.

Une autre caractéristique est la présence de diffuseurs publics forts bénéficiant de subventions gouvernementales assorties d'obligations particulières liées à leur mission de service public, qui s'ajoutent aux obligations plus générales imposées à tous les diffuseurs par le cadre réglementaire du CRTC.

Une dernière caractéristique est la très forte intrication entre mécanismes de régulation et mécanismes de soutien financier.

Au fur et à mesure que les politiques se sont élaborées, ces deux formes de soutien public ont développé des liens de plus en plus étroits : aujourd'hui, pratiquement aucune aide financière significative à la production télévisuelle ne peut être accordée sans l'accord préalable d'un diffuseur canadien déclencheur. Les notions de production indépendante et de production interne/affiliée deviennent plus floues : plusieurs programmes réservés à l'origine à la première sont devenus accessibles aussi à la seconde. Le statut d'une entreprise à cet égard varie selon les circonstances : une entreprise affiliée au diffuseur X est considérée comme une entreprise indépendante lorsqu'elle réalise des productions pour le diffuseur Y. Une entreprise peut donc être considérée comme indépendante à de nombreux égards, même si elle est contrôlée entièrement par une EPR ou si elle détient plusieurs licences de services de programmation canadiens. Enfin, des programmes comme le volet PDD du FCT poursuivent des objectifs multiples et parfois contradictoires : stimuler la production télévisuelle indépendante ou affiliée en bonifiant les droits de diffusion (ajout d'argent neuf dans le système), mais aussi réduire les dépenses totales d'acquisition d'émissions indépendantes des diffuseurs en les autorisant à comptabiliser les déboursés du FCT à titre de dépense de programmation canadienne.

9.1.4 LES DÉPENSES DE PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE QUÉBÉCOISE

Pour compléter le schéma, nous fournissons des indications sommaires de l'affectation des dépenses de production télévisuelle indépendante, basées sur l'analyse d'un échantillon limité de budgets détaillés de productions télévisuelles québécoises (surtout dramatiques).

Il ressort de cette analyse sommaire qu'en moyenne :

- un peu plus de 50 % des coûts de production (part québécoise) sont versés en salaires au personnel de création, artistique, scénographique, technique et administratif;

- un peu plus de 20 % des coûts de production (part québécoise) sont versés aux secteurs techniques (location de studios et d'équipements de production, montage et postproduction sonore, réalisation de génériques et infographie, production d'effets spéciaux, fourniture de rubans ou de pellicules, laboratoire et reproduction, etc.).

9.2 LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Le « modèle économique » de la production cinématographique québécoise (longs métrages de fiction) est sensiblement différent de celui de la production télévisuelle.

La première différence réside dans l'absence de réglementation générale des intervenants entre la production et le public sur les premiers marchés d'exploitation des longs métrages que sont le marché des salles de cinéma et de la vente ou location de vidéocassettes. Dans ces cas, il n'y a ni obligation de propriété canadienne des entreprises, ni obligation de présentation d'un pourcentage minimal de films canadiens, et ni obligation de contribution au financement des longs métrages québécois ou canadiens.

Une incidence secondaire de cette situation est l'absence d'une information aussi précise et détaillée que celle dont nous disposions pour le modèle économique de la production télévisuelle. Il y a donc davantage de cases marquées d'un point d'interrogation dans le schéma. Toutefois, l'incidence principale est, comme on le verra plus loin, la faible contribution de ces marchés au financement des longs métrages canadiens.

Parmi les autres marchés d'exploitation des longs métrages, les marchés dits secondaires ne sont pas non plus réglementés, tandis que les marchés télévisuels le sont. Notons cependant qu'ils le sont en fonction des objectifs généraux de la politique canadienne de la radiodiffusion, qui touchent l'ensemble des catégories d'émissions canadiennes. Seules les entreprises de télévision payante et à la carte ont des obligations particulières liées spécifiquement aux longs métrages de fiction : engagement à distribuer tous les longs métrages de fiction canadiens ou respect du ratio des longs métrages canadiens par rapport aux longs métrages étrangers (1:12). Les autres catégories de diffuseurs peuvent s'acquitter de leurs obligations générales quant au contenu canadien ou aux dépenses de programmation canadienne, sans avoir à consacrer une part significative de l'un ou des autres aux longs métrages canadiens (voir 5.3.1.3 Les films québécois à la télévision).

S'il n'y a pas de réglementation visant à stimuler la demande sur les marchés des salles ou de la vente ou location de vidéocassettes ou encore à exiger des entreprises d'exploitation de salles et de commerces au détail de vidéocassettes ou des distributeurs qu'ils contribuent au financement de films québécois ou canadiens, il existe néanmoins certains mécanismes de régulation — Politiques d'Investissement Canada, Loi sur le cinéma / Entente Valenti-Lemieux — qui visent, dans le premier cas, à limiter la possibilité que des entreprises de distribution canadiennes passent sous contrôle étranger et, dans le second cas, à assurer aux distributeurs de films du Québec un meilleur accès aux films et matériel vidéo internationaux. Toutefois, il n'existe pas, de mesures réglementaires visant à obliger ces distributeurs à contribuer au financement de films québécois.

9.2.1 LES SOURCES DE RECETTES DES DISTRIBUTEURS

Si le modèle économique de la production télévisuelle repose sur les EPR, le pivot de la production cinématographique est le distributeur, qui constitue l'intermédiaire entre les producteurs et les différentes catégories d'exploitants en contact direct avec le public.

Les distributeurs tirent leurs recettes de divers segments de marché, où les films sont exploités selon une séquence chronologique : salles, vente et location de vidéocassettes, télévision à la carte et payante, télévision conventionnelle, etc.

– Les salles de cinéma

En 1999, les exploitants de salles de cinéma et de ciné-parcs du Québec ont réalisé des recettes au guichet de 146 millions de dollars, auxquelles s'ajoutent les revenus des activités périphériques (restauration, jeux, etc.) de plus en plus nombreuses, que *Statistiques sur l'industrie du film* ne précise pas.

De ces 146 millions de dollars, 103 millions ont été réalisés au moyen de films distribués par des titulaires de permis spécial, et 43 millions au moyen de films distribués par des titulaires de permis général (distributeurs québécois), dont 9,5 millions au moyen de films québécois.

En 1999, les distributeurs exploitant une entreprise au Québec ont rapporté des revenus bruts de distribution en salle d'environ 90 millions de dollars, dont 35 millions ont été réalisés au moyen de films distribués par des titulaires de permis général.

– La vente ou location de vidéocassettes

Statistiques sur l'industrie du film ne publie pas de données sur les recettes brutes réalisées par les commerces au détail grâce à la vente et à la location de vidéocassettes.

Les distributeurs établis au Québec ont rapporté en 1999 des revenus bruts de distribution pour le commerce au détail de matériel vidéo de 263 millions de dollars, dont 175 millions ont été réalisés au moyen de films distribués par des titulaires de permis général.

– Les marchés télévisuels

Les télédistributeurs canadiens ont versé 156 millions de dollars en revenus d'abonnement aux entreprises de télévision payante et à la carte canadiennes, dont 31 millions aux services de langue française et 125 millions aux services de langue anglaise. En vertu des règles actuelles, la contribution des télédistributeurs au FCT est exclusivement réservée à la production télévisuelle; il n'y a donc pas de contribution directe des EDR au financement des longs métrages.

La télévision payante et la carte de langue française ont consacré environ 5 millions de dollars en acquisition de droits d'émissions canadiennes (plus environ 0,3 million en investissement dans le développement ou la production). Les services de langue anglaise ont consacré environ 10 millions en acquisition de droits d'émissions canadiennes (plus environ 4 millions d'investissement dans le développement ou la production).

Il n'est pas possible de déterminer quelle est la part exacte de ces droits d'acquisition et investissements qui est allée aux longs métrages distribués en salle, par rapport à d'autres types de productions canadiennes (téléfilms, séries dramatiques, spectacles d'humour et de variétés, événements sportifs).

Pour ce qui est des diffuseurs conventionnels et spécialisés, nous ne disposons d'aucune donnée sur leurs dépenses d'acquisition de longs métrages canadiens ou québécois, celles-ci étant amalgamées dans les dépenses d'émissions dramatiques. Par ailleurs, les distributeurs ne font pas rapport à la Régie du cinéma des revenus bruts de distribution découlant de la vente de films à la télévision.

– Les autres marchés

Les titulaires de permis général ont rapporté des recettes brutes d'environ 14 millions de dollars attribuables à d'autres marchés non précisés (hôtels, lignes aériennes, institutions, etc.).

– Les recettes totales des distributeurs

Les données publiées par *Statistiques sur l'industrie du film* et le CRTC ne permettent pas d'établir avec précision les revenus bruts totaux de distribution (incluant la télévision) réalisés par les distributeurs titulaires de permis général et spécial. Ceux-ci ont été de 367 millions de dollars, dont 225 millions sont associés à des titulaires de permis général, pour ce qui est des marchés salles, vente et location de vidéocassettes et autres. Toutefois, on ne sait pas combien a rapporté la vente des droits de diffusion des films québécois, canadiens et étrangers à la télévision canadienne (à la carte, payante, conventionnelle et spécialisée), ni ce que représentent les revenus que les distributeurs titulaires de permis général, qui sont souvent aussi exportateurs, tirent de la vente des films québécois ou canadiens à l'étranger.

9.2.2 LES DÉPENSES D'ACQUISITION DE LONGS MÉTRAGES QUÉBÉCOIS DES DISTRIBUTEURS

À la lumière des données obtenues sur la structure financière des longs métrages de fiction soutenus par les programmes de crédit d'impôt remboursable (CIR) québécois en 1999-2000, on peut établir que les distributeurs d'ici ont consacré environ 8 millions de dollars à l'acquisition des droits de distribution de ces longs métrages, dont les budgets totaux s'établissaient à 185 millions, soit un peu plus de 4 % de ces budgets.

On ne peut évidemment établir ce que représentaient ces dépenses d'acquisition de droits de longs métrages québécois en pourcentage des revenus bruts totaux de distribution des distributeurs québécois, puisqu'on ne dispose pas de cette donnée. Cela représentait un peu moins de 4 % des revenus bruts liés aux salles, à la vente ou location de vidéocassettes et aux autres marchés (télévision exclue).

Nous ne disposons pas non plus de données précises sur les dépenses de marketing (copies, promotion et publicité) que les distributeurs ont encourues pour le lancement des films québécois soutenus par le CIR en 1999-2000.

9.2.3 LES SOURCES DE FINANCEMENT DES LONGS MÉTRAGES QUÉBÉCOIS

En 1999-2000, 35 longs métrages québécois de fiction destinés aux salles ont été financés avec l'aide du CIR québécois; le budget total s'établissait à 185 millions de dollars.

Cette production a été financée par quatre sources principales : premièrement, le marché québécois et canadien dans ces différents segments : salles, vente ou location de vidéocassettes, télévision, autres, généralement par les distributeurs locaux; deuxièmement, les marchés étrangers, par les avances d'exportateurs canadiens et de distributeurs étrangers et l'apport des coproducteurs; troisièmement, par des aides publiques au développement, à la production, à l'acquisition de droits et à la mise en marché de longs métrages; quatrièmement, par un financement privé provenant essentiellement des producteurs eux-mêmes (investissements et emprunts).

– Financement provenant du marché québécois/canadien

Le financement attribuable à l'ensemble des segments du marché québécois/canadien provient essentiellement des distributeurs, qui ont versé environ 8 millions de dollars pour l'acquisition des droits des 35 longs métrages concernés, soit, en moyenne, un peu plus de 230 000 $ par film. Les diffuseurs québécois/canadiens de tous types ont investi 0,7 million de dollars dans ces longs métrages et versé directement au producteur 0,5 million en droits de diffusion, ce qui confirme que le distributeur est vraiment l'intermédiaire entre le producteur et le marché et qu'il canalise l'ensemble des revenus de ce dernier.

Au total, le marché québécois/canadien dans toutes ses composantes a fourni environ 5 % du financement total des longs métrages, à l'étape du montage financier.

– Financement provenant des marchés étrangers

Les marchés étrangers ont fourni pour leur part 83 millions de dollars, soit environ 45 % du financement total des longs métrages québécois, répartis comme suit : 40 millions d'avances de distributeurs étrangers et exportateurs canadiens et 43 millions de dollars en apport de coproducteurs étrangers. Rappelons que ces données réfèrent à un amalgame de longs métrages de langue originale française (20) et anglaise (15) et que les seconds ont des budgets moyens beaucoup plus élevés et attirent la majorité des investissements.

– Financement provenant des gouvernements (aide publique)

Comme on l'a dit plus tôt, le secteur public intervient peu dans la régulation du marché; il n'y a ni mesures de stimulation de la demande, ni obligation de contribuer au financement des films québécois ou canadiens pour les exploitants, les commerçants de vidéocassettes au détail ou les distributeurs.

Outre les politiques visant la consolidation et le développement d'un secteur national de distribution (Loi sur le cinéma / Entente Valenti-Lemieux, Investissement Canada), l'aide publique vise, d'une part, à stimuler la production de longs métrages et, d'autre part, à aider financièrement les distributeurs d'ici à les acquérir et à les mettre en marché.

Parmi les programmes d'aide visant à stimuler la production de longs métrages québécois ou canadiens, on compte :

- sur le plan fiscal, les programmes de CIR québécois et fédéral, qui ont apporté respectivement 18 et 12 millions de dollars au financement de longs métrages québécois en 1999-2000;

- Téléfilm Canada qui a versé environ 15 millions de dollars, par l'entremise du FFLM (11 millions), les Mini-traités (1 million) et le volet long métrage du PDD (4 millions), dont l'administration lui a été confiée;

- la SODEC, qui a versé environ 11 millions de dollars;

- d'autres sociétés d'aide, organismes et programmes gouvernementaux, qui ont versé environ 4 millions de dollars.

L'aide financière publique, directe et fiscale, à la production des longs métrages québécois soutenue par le CIR québécois s'est donc établie à 60 millions de dollars, ce qui représente environ le tiers du coût total de production.

À ces aides à la production s'ajoutent les aides à la distribution et à la mise en marché versées par le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages (FADLM), administré par Téléfilm Canada, qui s'élevaient à 11 millions de dollars en 1999-2000 pour l'ensemble des distributeurs canadiens; s'y ajoutent les aides à la diffusion de films québécois de la SODEC, qui s'établissaient à environ 1 million de dollars en 1999-2000.

– Financement provenant du secteur privé

Le financement attribuable au secteur privé s'élevait à 33 millions de dollars, ce qui représente environ 18 % du financement total. La quasi totalité de cette somme (32 millions) provenait des producteurs eux-mêmes, sous forme d'investissements (7 millions de dollars) ou d'emprunts (25 millions).

Lorsqu'on considère l'ensemble de la production de longs métrages québécois, de langue anglaise ou française, le modèle économique qui s'en dégage présente les caractéristiques suivantes :

- la production semble orientée vers les marchés étrangers, qui fournissent 45 % de son financement total;

- le modèle est axé sur la stimulation de l'offre au moyen d'une aide publique significative à la production, qui représente le tiers du financement, mais qui semble négliger la stimulation de la demande;

- il semble y avoir, en conséquence, peu de relations entre la production et le marché local, ce qui se traduit par une faible contribution à son financement (5 %) de la part des exploitants (salles, vidéo, autres), télédistributeurs et diffuseurs — directement (0,6 %) ou par les distributeurs (4,4 %) — en dépit de mesures politiques et législatives visant à consolider le secteur de la distribution nationale.

En somme, il s'agit d'un modèle à l'intérieur duquel on reconnaît très peu le cinéma québécois de langue originale française, qui a plutôt tendance à connaître un succès commercial beaucoup plus considérable sur le marché local que sur les marchés étrangers et qui connaît souvent des difficultés de prévente sur les marchés internationaux.

Ce modèle intégré présente néanmoins une lacune en ce qui concerne la contribution au financement des longs métrages québécois par les intervenants qui se situent entre la production et le public, (exploitants de salles, commerces au détail de vidéocassettes, télédistributeurs, diffuseurs ou distributeurs), qui centralisent les revenus en provenance de ces différentes sources.

9.2.4 LES DÉPENSES DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE QUÉBÉCOISE

Enfin, nous fournissons des indications sommaires sur l'affectation des dépenses de production cinématographique québécoise, en les basant sur l'analyse d'un échantillon limité de rapports de coûts finaux de longs métrages réalisés en 1998-1999.

Il ressort de cette analyse sommaire qu'en moyenne :

- un peu plus de 50 % des coûts de production (part québécoise) sont versés en salaires au personnel de création, artistique, scénographique, technique et administratif;

- un peu plus de 20 % des coûts de production (part québécoise) sont versés aux secteurs techniques : location de studios et d'équipements de production, montage et postproduction (vidéo et son), titres, optiques et infographie, production d'effets spéciaux, fourniture de rubans ou de pellicules, laboratoire, reproduction, etc.